



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM TURISMO

4º ANO

TRABALHO DE FIM DE CURSO

**ANIMAÇÃO TURÍSTICA COMO UM CONTRIBUTO PARA O  
DESENVOLVIMENTO CULTURAL DIRECCIONADO PARA  
O TURISMO DE CRUZEIROS NA ILHA DE SÃO VICENTE**

ANDREIA GOMES SOARES ARAÚJO

MINDELO, FEVEREIRO DE 2013



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM TURISMO

4º ANO

TRABALHO DE FIM DE CURSO

**ANIMAÇÃO TURÍSTICA COMO UM CONTRIBUTO PARA O  
DESENVOLVIMENTO CULTURAL DIRECCIONADO PARA O  
TURISMO DE CRUZEIROS NA ILHA DE SÃO VICENTE**

Trabalho de fim de Curso apresentado ao  
Instituto Superior de Ciências Económicas  
e Empresariais como requisito para  
elaboração da monografia de conclusão do  
Curso de Licenciatura em Turismo.

**Orientador:** Amílcar Morais

ANDREIA GOMES SOARES ARAÚJO

MINDELO, FEVEREIRO DE 2013

## **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais Carlos Araújo e Margarida Araújo, pelo apoio e a confiança que sempre depositaram em mim

Aos meus irmãos Leonel Almeida, Maciele Almeida e Airton Araújo que sempre estiveram presentes ao longo desse percurso.

Ao Silas Costa pela motivação e força para elaboração do estudo.

## **AGRADECIMENTO**

Traçar esse longo percurso não traduziu-se numa tarefa fácil e nem poderia ser realizada sem a colaboração de algumas pessoas e entidades. Deste modo gostaria de agradecer em primeiro lugar a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram directa ou indirectamente para a concretização deste trabalho.

Agradeço aos meus pais e todos os meus familiares que estiveram presentes durante essa etapa e que sempre acreditaram em mim.

Ao meu orientador, professor Amílcar Morais pela disponibilidade apoio e dedicação demonstrado ao longo do percurso.

Gostaria de agradecer à Enapor em especial a Direcção do Porto Grande pelos documentos fornecidos e pela atenção dispensada.

Agradeço a todas as Agências de Viagens e de Eventos e a todos os inquiridos pelo acolhimento e dedicação do seu tempo e também por desempenharem um papel fundamental para concretização do estudo.

Um obrigado a todos os meus colegas e companheiros do curso pela amizade, pela convivência durante esses quatro anos. Um obrigado muito especial as minhas colegas Larissa Lima, Salete Gomes e Eleane Gomes pelo incansável apoio na aplicação dos questionários.

A todos os funcionários, todo o corpo docente e a coordenação do curso em especial a professora Virna Ramos, um muito obrigado.

**A todos,**

**Um sincero obrigado!**

*“Felizes aqueles que avançam,  
aqueles que acreditam no futuro,  
aqueles que têm esperança,  
aqueles que amam o risco porque confiam,  
aqueles que se sacrificam pelo nascimento daquilo que é novo.”*  
*(António Alonso)*

## Índice

INTRODUÇÃO.....	1
a) Justificativa do tema da investigação .....	2
b) Objectivo Geral .....	3
c) Objectivos Específicos .....	3
d) Objecto de pesquisa.....	3
e) Problema de investigação.....	4
f) Hipóteses .....	4
Capítulo 1-Metodologia.....	5
1.1 Metodologia de Investigação .....	5
1.2 Recolha de dados.....	6
1.3 População ou universo de investigação.....	7
1.4 Método da selecção da amostra.....	7
1.5 Análise de dados.....	8
1.6 Estrutura do trabalho .....	10
Capítulo 2-Contextualização teórico da investigação .....	11
2.1 Conceptualização do Turismo .....	11
2.2 Conceitualização da Animação Turística .....	13
2.3 Finalidades da Animação .....	14
2.4 Modalidades de Animação Turística .....	16
2.5 Características da animação turística .....	17
2.6 Papel das atracções turísticas para a animação .....	18
2.7 A importância do animador turístico para a satisfação dos clientes.....	20
Capítulo 3 – Caracterização Teórica da Investigação .....	22
3.1 Conceito de Cruzeiros Marítimos .....	22
3.2 Etapas Históricas do Turismo de Cruzeiro.....	23
3.3 Evolução do Turismo de Cruzeiro no Mundo .....	24
3.4 Os dez maiores navios de Cruzeiro no Mundo.....	26
3.5 A sazonalidade do mercado turístico de cruzeiro.....	27
Capítulo 4 – O Turismo de Cruzeiro em São Vicente.....	29
4.1 O turismo de cruzeiro na ilha de São Vicente .....	29
4.2 Principais Operadores de Cruzeiros com escala em S.V.....	31

4.3 Acções realizadas no sector de cruzeiro da ilha de São Vicente .....	32
4.4 Impactos Económicos do Turismo de Cruzeiros no Destino .....	35
Capítulo 5 - Enquadramento Histórico da Ilha de São Vicente.....	37
5.1 Caracterização da ilha de São Vicente .....	37
5.2 Importância da Cultura para o desenvolvimento do turismo local.....	39
5.3 As forças vivas da Cultura Mindelense.....	41
5.4 Diagnóstico da Animação Turística em São Vicente face ao Turismo de Cruzeiro. ....	45
5.5 Plano de Animação Turística com base na cultura Mindelense direccionada ao sector de cruzeiro de São Vicente.....	47
Capítulo 6- Apresentação e Análise dos Resultados .....	52
6.1 Caracterização da Amostra.....	52
6.2 Caracterização da Animação Turística em São Vicente.....	54
6.3 Avaliação do Turismo de Cruzeiros da ilha de São Vicente .....	64
Conclusão .....	77
a) Propostas .....	80
b) Pesquisas Futuras .....	84
c) Limitações da pesquisa.....	84
Referências Bibliográficas.....	86
Apêndices .....	92

## Índice de Figuras

Figura 1- Estrutura do trabalho.....	10
Figura 2- Actividades que contribuem para experiência turística .....	14
Figura 3- Qualidades do animador turístico .....	20
Figura 4- Etapas históricas do turismo de cruzeiros.....	24
Figura 5- Principais operadores com escala em S.V .....	31
Figura 6- Projecto do terminal de cruzeiros .....	34
Figura 7- Parceiros económicos do sector de cruzeiros .....	36
Figura 8- Calendarização anual das actividades em S.V.....	44
Figura 9- Transformação da cultura Mindelense em Produto Turístico.....	48
Figura 10- Plano de Animação .....	49

## Índice de tabela

Tabela 1- Dez maiores navios de cruzeiros no mundo .....	26
Tabela 2- Principais operadores de cruzeiros em S.V .....	31
Tabela 3- Análise de swot .....	46
Tabela 4-Justificativa do gráfico 7 .....	55
Tabela 5- Papel da cultura para o desenvolvimento do T.C.....	58
Tabela 6- Importância que a A.T tem para o desenvolvimento local.....	59
Tabela 7- Justificativa do gráfico 12 .....	61
Tabela 8 -Justificativa do gráfico 14 .....	64
Tabela 9- Justificativa do gráfico 24 .....	71
Tabela 10- As principais vantagens do projecto.....	74



## Índice de Gráficos

Gráfico 1- Evolução dos cruzeiros no Mundo.....	25
Gráfico 2- Passageiros de cruzeiros a nível Mundial .....	25
Gráfico 3- Evolução do tráfego de cruzeiros em S.V .....	30
Gráfico 4- Distribuição dos inquiridos quanto ao género.....	52
Gráfico 5- Caracterização da faixa etária dos inquiridos .....	53
Gráfico 6- Caracterização da amostra quanto as entidades que compõem a amostra .....	53
Gráfico 7- Animação como elemento de diferenciação de um destino .....	54
Gráfico 8- Situação real da animação turística em São Vicente.....	56
Gráfico 9- Os obstáculos encontrados no sector de A.T em S.V .....	56
Gráfico 10- A.T para o reforço Cultural.....	57
Gráfico 11- Articulações entre diferentes sectores.....	60
Gráfico 12- Contribuição da A.T para o desenvolvimento do T.C de São Vicente .....	60
Gráfico 13- Benefícios do T.C para S.V .....	62
Gráfico 14- Oportunidades de Negócio.....	63
Gráfico 15- Avaliação das actividades de cruzeiro em S.V .....	64
Gráfico 16-Actividade que poderiam ser criados no âmbito A.T.....	65
Gráfico 17- Condições de Segurança .....	66
Gráfico 18- Avaliação dos meios de transporte.....	67
Gráfico 19- Avaliação das excursões em terra .....	67
Gráfico 20- Avaliação das condições portuárias .....	68
Gráfico 21- Avaliação das Condições de Higiene em S.V .....	68
Gráfico 22- Receptividade por parte dos Mindelenses.....	69
Gráfico 23- Avaliação da informação Turística .....	70
Gráfico 24- Avaliação das infra-estruturas de suporte em S.V .....	70
Gráfico 25- avaliação da recepção dos excursionistas em S.V pelos operadores locais .....	72
Gráfico 26- Disponibilidade da oferta .....	73
Gráfico 27- Avaliação do projecto do terminal de cruzeiros.....	73

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**3 C-** Comunidade Cabo-verdiana de Cruzeiros

**A.E** - Agências de Eventos

**A.T-** Animação Turística

**A.V-** Agência de Viagens

**A.V.T-** Agências de Viagens e Turismo

**ABREMAR-** Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas

**C.I-** Cabo Verde Investimentos

**CLIA-** Cruise Lines International Association

**CST-** Conta Satélite do Turismo

**CVT-** Caderno Virtual do Turismo

**DGT-** Direcção Geral do Turismo

**ENAPOR S.A** - Empresa Nacional de Administração dos Portos

**ISCEE** - Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais

**OMT-** Organização Mundial do Turismo

**ONAT-** Observatório Nacional das Actividades de Animação Turística

**ONU-** Organização das Nações Unidas

**SWOT-** Strengths, weaknesses, opportunities, threats.

**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura.

## RESUMO

No trabalho de investigação ora apresentado, tenciona-se tratar a problemática da animação turística na ilha de São Vicente de uma forma científica, uma vez que se tem evidenciado como um sector de grande importância e de fundamental relevância para o desenvolvimento de um destino turístico. Pretende-se mostrar através do estudo a importância e a contribuição que tem para o aumento do turismo de cruzeiros na ilha de São Vicente.

A investigação incidiu-se na região de Barlavento do Arquipélago de Cabo Verde, na ilha de São Vicente, Cidade do Mindelo, que possui uma das melhores infra-estruturas portuárias do país, situada na Baía do Porto Grande, com excelentes condições para a recepção de navios cruzeiros, que consequentemente permitirão maximizar os impactos sócio económicos na ilha.

O trabalho encontra-se dividido em seis capítulos, que permitem fazer o enquadramento da temática em estudo, abordando aspectos teóricos, através de bibliografia específica no âmbito da animação e turismo de cruzeiros. A metodologia de pesquisa foi considerada como exploratória e descritiva, quanto a abordagem pode-se considerar de carácter qualitativo. Utilizou-se o programa SPSS no tratamento dos resultados dos inquéritos, para através destes chegar-se a conclusões de extrema importância para a investigação. Com a análise dos dados, constatou-se que tanto a animação turística bem como o sector de cruzeiros, são sectores pertinentes para o desenvolvimento da ilha enquanto destino turístico, embora ambos necessitam de intervenção e melhoria por parte dos órgãos competentes, apontando graves falhas no planeamento.

**Palavras-chaves:** Turismo, Animação Turística, Cultura, Cruzeiros Marítimos

## ABSTRACT

The research work presented here, will be treated in a scientific manner, the issue of tourist activities on the island of the Vicente, since it has been shown on tourism as a sector of great importance and of fundamental relevancy for the development of the destination tour, intended to show by studying the importance and contribution that has to increase certain type of tourism that this case concerns the cruise tourism on the island of São Vicente. The research focused on the region windward of the archipelago of Cape Verde, on the island of São Vicente, Mindelo, which has one of the best port infrastructure in the country, known as the Baía do Porto Grande Port with excellent conditions for receiving cruise consequently allowed to maximize the socio economic impacts on the island.

This paper is divided into six chapters that permit the framing of the issue under study addressing theoretical aspects, through specific references within the animation and cruise tourism, the research methodology was considered as exploratory and descriptive approach and when may consider character both quantitative and qualitative, It was used SPSS in the treatment of the survey results and reach conclusions through these extremely important for our research. With analysis of the data, it was found that both the tourist activities as well as you cruise sector, sectors are relevant for the development of the island as a tourist destination, although both require intervention and improvement by the competent bodies, pointing out serious flaws in planning.

**Key words:** Tourism, Tourist Activities, Culture, Cruise Maritime

## INTRODUÇÃO

Actualmente o turismo tem vindo a revelar-se como uma das actividades de grande importância e de carácter multifacetada, na medida em que abrange diferentes sectores de desenvolvimento em várias partes do mundo.

O turismo tem despertado uma especial atenção dos governos e das organizações, tanto do sector público como do privado, tornando possível a criação de infra-estruturas e super-estruturas capazes de sustentar a actividade turística, contribuindo desta forma para aumentar o fluxo de turistas tanto a nível interno como externo, oferecendo empregos directos e indirectos e possibilitando o aprimoramento na prestação de serviços nos destinos turísticos.

Uma das grandes preocupações para a satisfação dos turistas no destino, prende-se com o aproveitamento das potencialidades naturais, culturais e artificiais oferecidas com o intuito de aumentar a procura turística.

A evolução da tecnologia torna-se num factor de extrema importância para a promoção do destino, permitindo dotar o homem de mais informações por conseguinte criar a necessidade de conhecer lugares diferentes do seu local habitual de residência.

Com o aparecimento de diferentes tipologias de turismo no mercado, a animação turística surge como uma possibilidade de criação de actividades capazes de proporcionar horas de divertimento lúdico, oferecendo excelentes possibilidades de desvinculação de obrigações e de formas padronizadas de vida.

Por outro lado, proporciona excelentes possibilidades culturais, tornando-se real o intercâmbio de vivências permitindo o enriquecimento dos participantes, uma vez que permite conhecer o local e vivenciar outros modos de vida, associada a oportunidade de divulgação da cultura do destino a ser visitado, contribuindo deste modo para a valorização cultural.

O arquipélago de Cabo Verde, enquanto destino turístico, é constituído por dez ilhas, em que todas apresentam um carácter variado e diversificado de atractivos e de potencialidades, oferecendo grandes possibilidades de tornar-se um destino turístico de excelência.

O estudo incide sobre a ilha de São Vicente, conhecida como a ilha do Porto Grande, que possui o maior porto do país, pelas suas características naturais de porto de abrigo, com grande potencial a ser desenvolvida tanto a nível do turismo de cruzeiros como cultural, podendo deste modo diversificar a oferta das demais ilhas.

Devido à grande variedade cultural da ilha de São Vicente girada em torno do Porto Grande, é considerado por muitos a ilha mais cultural do arquipélago de Cabo Verde, oferecendo grandes faculdades para o desenvolvimento cultural e para o Turismo de Cruzeiros, tornando notável por um lado a necessidade de criação de actividades que sejam capazes de motivar o turista a se deslocar especialmente com a finalidade de vivenciar os aspectos que são peculiares da cultura Mindelense, e por outro lado, criar condições para desenvolver e explorar o sector dos cruzeiros, através da animação que poderá ser o sector capaz de incrementar a oferta da ilha enquanto destino.

#### **a) Justificativa do tema da investigação**

O trabalho ora apresentado tem como finalidade analisar a problemática existente em torno da Animação Turística em São Vicente. O tema escolhido tem o intuito de finalizar o percurso decorrido durante os 4 anos de aquisição do grau de licenciatura em turismo, leccionado pelo Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais.

O tema da pesquisa consiste na “ Animação Turística como um contributo para o desenvolvimento cultural direccionado para o turismo de Cruzeiros na ilha de São Vicente”.

Mesmo sendo uma ilha que apresenta potencialidades a nível cultural e do turismo de cruzeiros, existem ainda grandes lacunas que necessitam de uma especial atenção no que concerne a criação da animação turística que dê vasão à procura referente a esse tipo de turismo.

Devido ao contínuo aumento dos cruzeiros no Porto Grande da ilha de São Vicente, ao escolher o tema tencionou-se despertar a atenção para um factor crítico que se tem identificado no turismo da ilha, que se traduz na fraca visibilidade da oferta turística, no que diz respeito a actividades direccionadas aos turistas que escalam o porto da cidade nos navios de cruzeiros.

Neste contexto, surgiu o interesse e motivação para estudar as questões relacionadas com as actividades de animação turística, aliada à ideia de oferecer actividades de perfil cultural dedicadas especialmente aos cruzeiristas.

Dada a Natureza do tema, com este trabalho pretendeu-se investigar a capacidade que a animação turística tem de atrair pessoas, e de fazer com que essas contribuam para o aumento das receitas, e com isso estabeleceu-se um conjunto de objectivos gerais e específicos para trabalho:

#### **b) Objectivo Geral**

O objectivo principal do trabalho consiste em confrontar o exercício da animação turística, com o crescimento do turismo de cruzeiros, numa ilha geograficamente bem dotada e vocacionada ao turismo cultural

#### **c) Objectivos Específicos**

- Promover a cultura Mindelense a nível nacional e internacional;
- Identificar e apresentar as mais-valias que o sector de animação turística poderá trazer para a ilha de São Vicente;
- Conhecer a percepção dos operadores turísticos e os diferentes stakeholders face ao papel da cultura em relação ao Turismo de Cruzeiros;
- Minimizar as lacunas existentes em torno da Animação Turística na ilha de São Vicente;
- Diagnosticar o sector de animação turística face ao turismo de cruzeiros
- Desenvolver a oferta para o sector de cruzeiros com base em actividades de animação de carácter cultural.

Para delimitar o estudo teve-se a necessidade de definir o objecto de pesquisa, a problemática para depois construir as hipóteses.

#### **d) Objecto de pesquisa**

O objecto de estudo incide sobre os operadores turísticos e os diferentes stakeholders em São Vicente.

#### **e) Problema de investigação**

O problema de investigação surge devido a fenómenos que ainda não possuem explicações nem soluções e também por ser o objecto de discussão na área de domínio do conhecimento em estudo. Neste sentido houve a necessidade de elaborar uma pergunta de partida

***Que contributo a animação turística pode trazer para o desenvolvimento cultural da ilha de São Vicente e consequentemente influenciar o turismo de cruzeiros?***

É através desta temática que tenciona-se desenvolver toda a pesquisa. Ao analisar os contributos que a animação turística pode trazer para o desenvolvimento cultural direccionado ao turismo de cruzeiros, a pergunta de partida supõe a existência de uma variável independente da animação turística, que pode ou não influenciar o desenvolvimento deste sector na ilha de São Vicente. É de salientar que o mercado de cruzeiros não está dependente da animação turística para o seu desenvolvimento, mas pode ser considerado uma mais-valia para o aumento da procura do sector de cruzeiro da ilha de São Vicente.

#### **f) Hipóteses**

A partir do problema acima referido estabeleceram-se hipóteses, que podem constituir uma “resposta” ou suposição provisória ao problema que carece de investigação. Neste sentido criou-se quatro hipóteses capazes ou não de explicar a problemática em questão:

**H1-** A animação turística pode ser um meio de promoção cultural do destino e um factor que contribui para o enriquecimento da oferta, estimulando a procura tanto a nível nacional como internacional ao longo do ano.

**H2-** A animação pelas suas características pode permitir a diferenciação do destino.

**H3-** Tendo em consideração o aumento do sector de cruzeiros, a animação pode ser considerada uma oportunidade de negócio e contributo para o desenvolvimento cultural.

**H4-** Para o desenvolvimento do sector de animação deveriam prevalecer interligações entre os diferentes sectores e por conseguinte trazer benefícios ao país.



## **Capítulo 1-Metodologia**

No presente capítulo pretende-se descrever todos os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração do estudo desde a colecta de informações até a interpretação dos resultados permitindo dotar de ferramentas que contribuíram para confirmar ou não as hipóteses estabelecidas e os objectivos delineados no estudo. A metodologia do presente trabalho tem como foco, apresentar os meios utilizados para a realização do projecto, visto ser um estudo exaustivo e aprofundado que permitirá conhecer a contribuição que a animação turística tem para o desenvolvimento cultural direccionado para o turismo de cruzeiro na ilha de São Vicente.

### **1.1 Metodologia de Investigação**

O estudo caracteriza-se como uma pesquisa de carácter exploratório e descritivo na medida em que apoiou-se inicialmente na pesquisa bibliográfica que segundo Sousa et Baptista, (2011 p.33), “A pesquisa bibliográfica é fortemente influenciada pelo conhecimento prévio existente acerca de uma determinada área científica na qual se insere a nossa problemática.”

Já para Silva (2008) a pesquisa bibliográfica “ é um tipo de pesquisa realizada pela maioria dos pesquisadores e que através dela explica-se e discute-se um tema ou problema com base em referências teóricas já publicadas em livros revistas, artigos científicos, e é um excelente meio de formação científica quando realizada independentemente ou como parte da pesquisa empírica”.

Neste sentido optou-se por uma recolha detalhada de informações já publicadas em livros, revistas, monografias, teses, artigos científicos, considerados de extrema importância para a elaboração do trabalho e que permitirá alcançar os objectivos pretendidos. No que diz respeito às formas de abordagens o estudo tem o carácter qualitativo que segundo Vilelas (2009) “os investigadores usam as abordagens qualitativas para explorar o comportamento, as perspectivas e as experiências das pessoas que elas estudam”.

De seguida utilizou-se uma pesquisa exploratória que segundo Silva, (2008, p.59) “consiste numa pesquisa realizada numa área de pouco conhecimento acumulado e sistematizado que tem como objectivo proporcionar maior familiaridade com o problema para torná-lo mais explícito ou para construir hipóteses”.

Também utilizou-se uma pesquisa descritiva que segundo Gil (2002) é o tipo de pesquisa que tem com objectivo descrever as características de determinado grupo de pessoas ou fenómenos com a utilização da técnica padronizada de colecta de dados por meio de questionário e de observação sistemática. Neste sentido o trabalho tencionou-se descrever aspectos culturais da ilha de São Vicente caracterizados como animação turística e que poderão ser direccionados para o sector de cruzeiros da ilha.

Neste sentido para Silva, (2008, p.59) a pesquisa descritiva consiste numa pesquisa que tem como objectivo principal a descrição das características de determinada população ou fenómeno, estabelecendo relações entre as variáveis.

## **1.2 Recolha de dados**

Os dados para a pesquisa podem ser classificados como primários uma vez que foram colectados directamente num grupo de uma população, segundo Vilelas (2009) ” dados primários são aqueles que surgem do contacto com a realidade empírica”. A colecta de dados foi feita com base em questionários com perguntas abertas e fechadas, estruturadas em consonância com o referencial teórico e os objectivos traçados para a investigação. O questionário elaborado para esta pesquisa foi dividido em três partes. Uma referia-se a caracterização da amostra, outra buscava conhecer e caracterizar do sector de animação turística em São Vicente, e por último, a avaliação do turismo de cruzeiros da ilha de São Vicente.

Os questionários foram aplicados aos operadores turísticos, entidades responsáveis pela estadia de navios de cruzeiros no porto e os diferentes stakeholders, com intuito de recolher informações acerca da percepção que tem sobre a temática em questão. Segundo os autores Sousa, e Baptista, (2011 p.90) “o questionário é um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando, geralmente, na inquirição de um

grupo representativo da população em estudo,” já para as autoras Marconi et Lakatos (2007) “o questionário é um instrumento de colecta de dados, constituído por uma série de perguntas que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.”

Para a recolha de dados, teve-se a necessidade de fazer pesquisa bibliográfica sobre o tema, houve consultas em sites da *Internet* e documentos da Enapor que possuem informações sobre a evolução do turismo de cruzeiros na ilha, e que facilitaram bastante a realização desta investigação.

O questionário foi aplicado na cidade do Mindelo, na ilha de São Vicente, nos meses de Setembro e Outubro de 2013.

### **1.3 População ou universo de investigação**

O universo da pesquisa ou população é um conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum, a população pode ser finita ou infinita. A amostra é o subconjunto de elementos pertencentes a uma população (Vicente *et al*, 2001).

A população alvo deste estudo traduziu no conjunto de intervenientes do sector de cruzeiro e de animação turística de São Vicente, nos quais as Agências de Viagens (AV), 3C, Comunidade Cabo-Verdiana de cruzeiros 3C, Agência de Eventos (AE), Direcção do Porto Grande, Ministérios de Cultura e de Turismo, futuros quadros de turismo e os serviços culturais da ilha de São Vicente num período de um mês e 18 dias decorridas de 10 de Setembro a 28 de Outubro onde foram aplicados 100 questionários.

### **1.4 Método da selecção da amostra**

De acordo com os autores Carmo & Ferreira (1988) e Huot (2002) citado por Vilelas (2009) “nas amostras não probabilísticas os vários elementos da população não possuem a mesma probabilidade de fazer parte da nossa amostra”. No presente estudo optou-se pela amostra não probabilística dirigida de forma intencional, visto que, a amostra foi composta de elementos seleccionados deliberadamente “intencionalmente”, por não conhecer o universo da amostra.

Os questionários foram aplicados a população que se considerou possuir características que são típicas ou representativas da população em estudo. (vogt, 1993 citado por Vicente et all 2001). Neste estudo a amostra foi composta pelo conjunto de intervenientes dos sectores de Animação turísticas, culturais e de cruzeiros.

### 1.5 Análise de dados

Realizado o questionário e o levantamento bibliográfico, os dados colectados foram interpretados através do método estatístico exposto em gráficos apresentando o percentual referente a percepção que os operadores turísticos e os diferentes stakeholders têm sobre a temática em questão. A análise estatística dos dados recolhidos, foi feita com base no software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) na versão 17.0, que se traduz numa ferramenta do sistema informático, que permite realizar cálculos estatísticos complexos e visualizar os resultados da pesquisa em poucos segundos. Feita a análise no SPSS, a maioria dos dados foram transferidos para o programa do Excel, para melhoramento da apresentação gráfica dos mesmos. A análise e a recolha dos dados do questionário foram feitas com base em três pilares:

1. **Caracterização da Amostra:** composta por quatro variáveis, nomeadamente, o sexo, a idade, a profissão e a entidade que corresponde, através dessas variáveis permitiu quantificar o género dos inquiridos, a faixa etária da população que compôs o universo da amostra.
2. **Caracterização da animação turística em São Vicente:** Ao fazer a caracterização da animação Turística em São Vicente permite-nos avaliar a animação turística como um factor de diferenciação do destino, conhecer a real situação da animação turística em São Vicente, conhecer os obstáculos encontrados no sector, os contributos que traz para o reforço cultural, o papel que a cultura tem para o desenvolvimento do turismo de cruzeiro, a importância que tem no processo de desenvolvimento local, as articulações que deveriam prevalecer entre os operadores turísticos e os diferentes intervenientes do sector, avaliar se a animação contribui para o desenvolvimento do sector de cruzeiro e

por ultimo relativamente ao sector de cruzeiros avaliar se a animação pode ser considerado uma oportunidade de negocio.

3. **Avaliação do turismo de cruzeiros em São Vicente:** Através da avaliação do turismo de cruzeiros, obteve-se a informação dos benefícios que o turismo de cruzeiro tem para o desenvolvimento da ilha de São Vicente, permitiu avaliar a actividade de cruzeiros na ilha, apontar para um conjunto de actividades que poderiam ser criadas no âmbito de animação para reforçar a oferta do sector, avaliar as condições oferecidas aos excursionistas, tendo como base diferentes indicadores, contribuiu para avaliar as infraestruturas e superestruturas existentes na ilha, capazes de sustentar a actividade de cruzeiros, conhecer a avaliação da recepção dos excursionistas na ilha, avaliação da disponibilidade da oferta em relação ao turismo de cruzeiros e de seguida conhecer a opinião dos inquirido face a criação do projecto do terminal de cruzeiros e por ultimo avaliar as principais vantagens do projecto para a melhoria da actividade.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ver em Apêndice B

## 1.6 Estrutura do trabalho

O trabalho está subdividido em seis capítulos, sendo que o primeiro permite conhecer todos os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração do estudo, o segundo tem como objectivo a conceptualização do turismo e da animação como forma de melhor compreender o tema em questão, o terceiro corresponde a caracterização teórica da investigação, conceitualização e evolução do turismo de cruzeiro, o quarto destina-se ao turismo de cruzeiro na ilha de São Vicente, quinto corresponde ao enquadramento histórico da ilha de São Vicente, e o sexto capítulo, a apresentação e análise de resultados obtidos através do questionário. Por último, as conclusões e recomendações do trabalho.

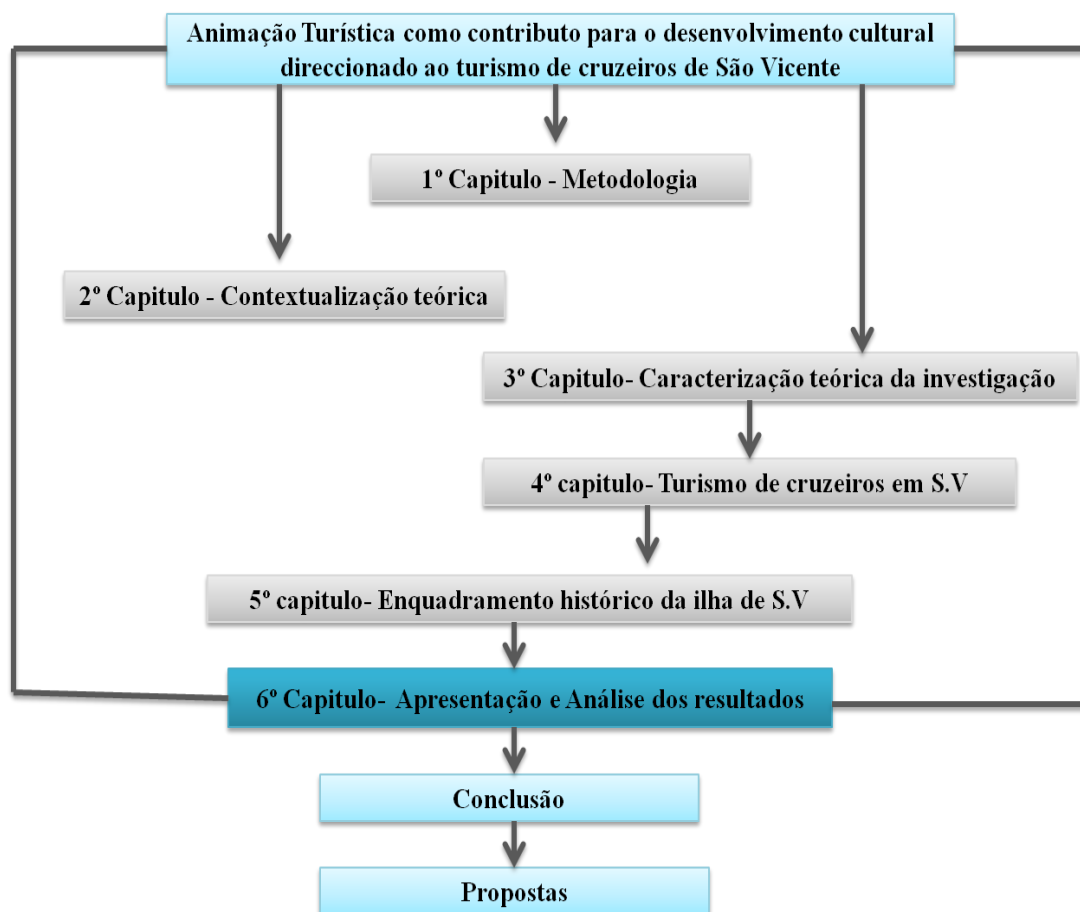


Figura 1-Estrutura do trabalho

Fonte: Próprio autor

## **Capítulo 2-Contextualização teórico da investigação**

No presente capítulo objectiva-se essencialmente conceptualizar o turismo, para a compreensão teórica do problema em análise, o que levou uma revisão da literatura, apresentando conceitos fundamentais para a realização do estudo utilizando obra de vários autores.

### **2.1 Conceptualização do Turismo**

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) citado por Matias (2007 p.21) o turismo alcançou actualmente uma dimensão internacional que o posiciona a par das mais importantes actividades económicas.

Mas antes de assumir esta dimensão o conceito do turismo sofreu varias alterações significativas ao longo dos tempos. Para muitos autores, definir o turismo é considerado difícil e varia de acordo com a percepção que tem para determinadas áreas de actuação.

Para falar do conceito do turismo torna-se fundamental conhecer o conceito de turista que em relação ao conceito de turismo não possui um consenso no tocante as suas definições.

Para Cunha (2001 p.29), turista engloba todas as pessoas que originam actividades turísticas dando uma abordagem mais simples que englobando todos os sectores de actividades turísticas. Por outro lado o autor Dias (2008 p.13) define o turista como sendo a pessoa que faz uma ou mais excursões especialmente por recreação. Alguém que viaja por prazer ou cultura, visitando vários lugares por seus objectivos de interesse.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo citado por, Cunha (2007) considera-se turista qualquer pessoa que passe, pelo menos, 24 horas fora da sua residência habitual ou pernoite noutro local, no próprio país ou no estrangeiro, por outros motivos que não o exercício de uma actividade remunerada permanente no destino visitado.

No tocante ao conceito de turista, a ONU citado por Zardo (2003 p.8) adoptou o conceito de turista como sendo “todas as pessoas, sem distinção de raça, sexo, língua e

religião, que ingresse num território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com a finalidade de turismo, recreio, desporto, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinação religiosas ou negócios mas sem propósito de imigração.”

O primeiro conceito de turismo vai surgir em 1910 com o austríaco Herman Von Schullern Schrattenhoffem, mas foram os professores Walter Hunziker e Kurt Krapf (1942) citados por Cunha (2009 p.29) que estabeleceram o conceito mais elaborado, definindo o turismo num conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do local habitual de residência desde que tais deslocações e permanência não sejam utilizadas para exercício de actividade lucrativa principal. Com o passar dos tempos houve a necessidade de criar uma definição mais esclarecedora que veio a ser apresentado em 1982 por Mathienson e Wall definindo o turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades.”

A definição apresentada por Mathienson e Wall (1982), é um conceito mais vasto que aborda desde as deslocações das pessoas e todas as relações que estabelecem nos locais visitados e todos os serviços utilizados para satisfação das suas necessidades.

Sendo que o trabalho tem como base avaliar a contribuição que a animação turística tem para o turismo de cruzeiro em São Vicente torna-se necessário apresentar o conceito de excursionistas.

De acordo com as definições apresentadas na conta satélite do turismo (CST) pela ONU e OMT (1999) distingue duas categorias de visitantes: os turistas que devem passar uma ou mais noites no local visitado e os excursionistas que são aqueles que não pernoitam no local visitado e estes podem ser visitantes internos ou internacionais.



## 2.2 Conceitualização da Animação Turística

A palavra animação é derivada do latim *animare* que significa dar alma, *animar a alma*, segundo Rejowski et Costa (2003) animação pode ser compreendida, etimologicamente, como um processo capaz de entusiasmar, empolgar e dinamizar. No que diz respeito a animação turística, sua compreensão é de extrema relevância. Sua acção tem grande poder modificador sobre o olhar do turista, variando de intensidade consoante for executada.

Para o autor Maíllo, em (1979) citado por Almeida (2001 p.18) define a animação como sendo “uma serie de actividades programadas, que permitem aos indivíduos uma interacção de potencialidades, onde se procura um estreitamento de relações que permitam o desenvolvimento pessoal”.

Para o autor Simpson, (1976) aput Almeida et Araújo (2012), a animação, hoje, é um factor determinante de melhoria de vida e para o autor:

*“ É esse estímulo proporcionado a vida mental e emocional dos habitantes de um determinado sector, para incentivá-los a realizar varias actividades que contribuem para a sua expansão, permitindo-lhes expressar-se melhor e dar-lhes um sentido de pertença a uma comunidade cuja evolução se faz participando”.*

De acordo com Torres (2004), “ a animação no turismo pode ser definida como sendo um conjunto de actividades que objectivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação activa, de tornar-se protagonista de suas férias”. Desenvolve-se nos centros de férias, nos meios de hospedagem, nos transportes de longo curso entre outros, pelos programas de cunho cultural, social, recreativo e desportivo. Em 2001 os autores Chaves e Mesailles, apresentam outro conceito mais amplo, afirmando que:

*“ A animação turística é entre outros aspectos, o conjunto de actividades culturais, lúdicas, de formação, desportivas, de difusão, de convívio e de recreio que são oferecidas aos turistas por entidades públicas ou privadas, pagas ou não pagas, com o carácter de restabelecer o equilíbrio físico e psíquico, aniquilando a monotonia, o excesso de tensão e o stress”.*

Segundo a ONAT, a animação turística, qualquer que seja a definição utilizada, passou a assumir uma importância fundamental a partir do momento em que se tornou evidente que o foco do turismo reside na qualidade da experiência turística, a qual contribui para a fixação de visitantes/turistas, para a criação de emprego e para o desenvolvimento dos destinos.

Para que se obtenham as sinergias necessárias a consolidação do turismo de Cabo Verde é fundamental identificar as relações que se estabelecem entre todas as actividades que directas ou indirectamente contribuem para experiência turística de quem visita o país. Como pode-se analisar na figura abaixo:



**Figura 2-**Actividades que contribuem para experiência turística

**Fonte:** Estudo da cadeia de valor do turismo de Cabo verde

## 2.3 Finalidades da Animação

Para se falar da finalidade da animação turística implica essencialmente mencionar o conjunto dos vários intervenientes envolvidos que permitiram o seu desenvolvimento.

De acordo com o autor Krippendorff, (1989,p.223):

*“ A animação deve contribuir para suprimir as barreiras e desenvolver o prazer da descoberta e o desejo de contactos, permitindo, assim, que o indivíduo saia do seu isolamento. Ela deve portanto, encorajar o esforço pessoal, a criatividade individual e o espírito de iniciativa.”*

Neste sentido a animação turística tem o propósito de acentuar o interesse do turista pelo local visitado, quando terá a possibilidade de aumentar seu prazer pessoal passando deste modo por diversas finalidades, tais como:

- a) **Finalidade Educativa** - Quem elabora os programas de animação, deve procurar sempre dar um carácter educativo aos mesmos, por forma a garantir, a quem pretende participar, um determinado conjunto de vantagens e saberes, só possíveis de alcançar através da participação (ou do consumo dos mesmos).
- b) **Finalidade Cultural** - A animação também tem por finalidade o dar a conhecer, o despertar para certas realidades desconhecidas, informar e contar as histórias dos locais de destino. São programas de muito interesse, tanto para quem visita como quem é visitado. Provoca nos participantes um saber acrescentado, daí a qualidade dos programas e o cuidado na selecção dos orientadores. Ter em conta normalmente o grau avançado de formação dos participantes.
- c) **Finalidade Social** - Pretende-se ajustar a todas as classes sociais, libertando as pessoas das suas obrigações, permitindo um recuperar de forças extra motivacionais que facilitem futuras responsabilidades. Também por outro lado, tem a finalidade de dar a conhecer culturas e tradições de comunidades de pequenas dimensões e até em fase de extinção, ajudando assim na sua preservação e até recuperação.
- d) **Finalidade Económica** - Desenvolve o mercado de trabalho, gera receitas, normalmente sem grandes investimentos e utilizando muitas vezes os recursos naturais. São uma mais-valia promocional e um factor determinante de influência e decisão.

## 2.4 Modalidades de Animação Turística

A animação turística é composta por várias modalidades, visto ser um conjunto de actividades seleccionadas e direccionadas para diferentes grupos etários com hábitos e costumes diferenciados. Deste modo mesmo que se tenha como objectivo a satisfação dos clientes/ turistas, mas, há que se ter em atenção a necessidades de cada um. Segundo os autores Quintas et castanho (1998) pode-se considerá-los como sendo:

### ➤ Animação Sociocultural

A animação sociocultural é a tipologia que permite o intercâmbio entre os participantes como forma de gerar e desenvolver a troca de experiência entre os diferentes grupos neste sentido o autor acima referido designa a animação sociocultural, como um processo racional e sistemático, que pretende conseguir por meio de definição de objectivos, uma organização e planificação com vista à participação activa de grupos de pessoas, em projectos relacionados com a cultura, com vista ao relacionamento interpessoal dos participantes e o desenvolvimento social dos mesmos. O centro das atenções é o ser humano, as suas tradições, usos e costumes, hábitos diários, formas de estar e de ser, identidades e diversidades culturais, etc.

### ➤ Animação Institucional

É um tipo de animação muito usada em grandes manifestações públicas, recorrem a ela, entidades públicas que pretendem realçar alguma data histórica, alguma tradição ou mesmo um meio de atrair mais visitantes. Politicamente é um instrumento muito poderoso, apoiado muitas vezes em manifestações culturais e desportivas, serve como base a aumentos das taxas de ocupação e consumo local.

### ➤ Animação Interna

A animação interna ganha cada vez mais importância, devido às constantes exigências ao nível dos conceitos de produtividade e qualidade, elevando os graus de concentração e disponibilidade. Dai o investimento que cada vez mais as grandes empresas fazem na disponibilidade de espaços de animação internos, ginásios, salões de jogos, refeitórios equipados com áudio e vídeo, jardim-de-infância, grupos culturais, torneios.

## 2.5 Características da animação turística

A animação turística possui vários poderes característicos, tendo como objectivo, proporcionar satisfação aos visitantes, contribuindo deste modo para que as suas necessidades sejam realizadas, permitindo divulgação e promoção, gerando assim um crescendo da procura face ao destino. Tendo em conta os autores Chaves y Mesailles (2001), as principais características da animação turística, são a:

➤ **Atracção**

A animação deve procurar ser o mais atractiva possível por forma a chamar a atenção, despertar a curiosidade e a motivação. Deve ter impacto e criar o desejo em participar.

➤ **Adequação**

Deve estar direccionada ao tipo de cliente, com objectivos definidos e estratégias adequadas. O suporte técnico deve estar sempre acima das expectativas.

➤ **Oportunidade**

Deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados (tempo, lugar, número,), por forma a gerarem uma satisfação ideal.

➤ **Diversificação**

Deve atingir uma multiplicidade de estímulos, evitando a monotonia ou a repetição, deve ser eficaz e dinâmica, nunca repetitiva.

➤ **Divertida**

Deve proporcionar alegria, paz, prazer, deleite;

➤ **Controlada**

Deve ser efectuada no espaço ou meio conhecido e controlado por quem a promove;

➤ **Segura**

Deve proporcionar satisfação e nunca preocupação;

➤ **Rentável**

Deve pelo menos, procurar não ser um custo.

## 2.6 Papel das atracções turísticas para a animação

As atracções constituem um factor dependente da percepção dos turistas uma vez que cada um possui a sua própria motivação para a realização das viagens, neste sentido convém que as atracções sejam as mais distintas possíveis, que corresponde a algo novo que difere do seu quotidiano, para colmatar a procura turística satisfazendo os visitantes. Neste sentido o autor Ignarra (2003, p.53):

*“Dessa forma, os atractivos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desses elementos. É usual que, elemento que compõem o quotidiano das pessoas que residem em uma certa localidade não lhes chame a atenção e se mostrem extremamente atractivos para os visitantes que não participam desse quotidiano.”*

As atracções turísticas são consideradas de extrema importância para o sector de animação turística uma vez que todo o conjunto de actividades de animação, não obstante a sua variada índole, funcionam nos mercados turísticos, como uma Atracção, promovidas e evidenciadas, por forma a criar expectativas nos potenciais clientes, influenciando assim a sua decisão final e a respectiva viagem para o destino.

Segundo o autor Cunha (2009 p.263), as atracções turísticas consistem em “qualquer elemento ou factor que, por si próprio ou em conjunto com outro ou outros, provoque a deslocação de pessoas em resposta a uma motivação ou motivações destas”, garantindo a existência de uma actividade turística. A motivação neste processo é a razão de ser da deslocação e a atracção é o elemento que responde a essa razão. Para Almeida & Araújo, (2003, p. 97):

*“As atracções definem os destinos turísticos, constituindo um dos seus principais componentes e exercendo uma determinada atracção aos potenciais visitantes”.*

No geral, pode-se dizer que as atracções, são o motivo pela qual as pessoas viajam.

*“Não há dúvidas de que os atractivos são os principais motivadores do turismo... A lista dos atractivos é longa, e em muitos casos, é a combinação deles que leva o turista para um destino. As oportunidades para passeios, compras, entretenimento, jogo, cultura e lazer cumprem um papel importante na determinação da competitividade de um destino.”*

(MacIntosh *et al*, 2002, p.151).

A atracção turística desenvolve um papel de grande importância na medida que são através delas que se consegue definir os destinos turísticos constituindo numa das principais componentes do sistema turístico, proporcionando deste modo aos visitantes/turistas, elementos ou factores que sobre elas exercem uma atracção.

Sendo a taxa de repetição na indústria dos cruzeiros elevada, e sendo a experiência de um cruzeiro resultante do conjunto das experiências vividas a bordo do navio e nos portos de escala, consideramos que a animação e atracção turística representam um papel fundamental no sucesso do turismo de cruzeiros. Cunha (2007:261)

Vladimir e Dickinson (2008), referem ainda a importância da qualidade de um porto de escala para os turistas que visitam um determinado destino dada a influência que isso terá num futuro regresso a esse destino com uma estadia em terra. Estes autores salientam ainda que do número total de turistas que realizam um cruzeiro entre 60 a 65% são repetentes, o que demonstra a importância da satisfação com os portos e destinos. Consideramos que a satisfação de um turista de cruzeiros com um determinado destino não é só importante no momento em questão, mas também, e muito importantemente, no futuro. Se um turista de cruzeiros ficar interessado e atraído por um determinado destino é provável que opte por regressar ou em cruzeiro ou pelos próprios meios, o que representa um impacto positivo na economia local. Para além disso o facto de um turista de cruzeiros poder recomendar um destino funciona também como um importante, e gratuito, instrumento de promoção de um destino.

Consideramos cada vez mais relevante que o turista de cruzeiros disponha de uma vasta oferta de vivências, quer a bordo de um navio quer num determinado destino. Dado o grande número de navios de cruzeiros a operarem no mercado é crucial a existência de

pequenos factores diferenciadores e que permitam aos seus passageiros vivências únicas.

## 2.7 A importância do animador turístico para a satisfação dos clientes

O animador turístico é um técnico da área de turismo que planeia, organiza e promove actividades recreativas, isto é segundo Marques (2009), o animador é aquela pessoa que faz com que o destino seja recordado pelo cliente de uma forma especial e diferente, pois este programa actividades de forma a incluir o cliente no contexto do destino e na sua cultura, divertindo-o e animando o seu tempo de estada/visita.

Constitui num elemento fundamental para o desenvolvimento de qualquer das actividades de animação turística. A animação como um factor determinante do sucesso de uma viagem turística, necessita logicamente de profissionais capazes de programar e projectar muito para além do seu espaço físico, neste sentido o animador turístico constitui num instrumento que através do desenvolvimento de actividades tencionando um desempenho de excelência que tenha por objectivo provocar a satisfação dos clientes. Torna-se necessário ter em consideração as qualidades profissionais e pessoas do animador para que esse consiga atingir os seus objectivos predispostos.

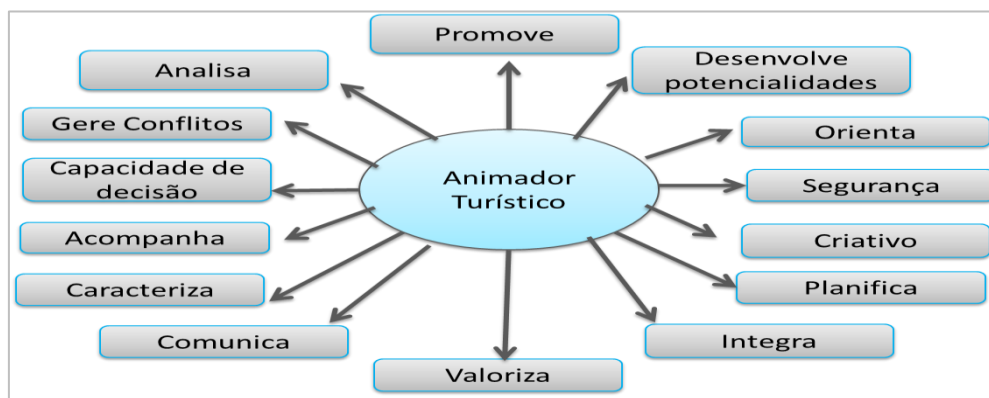


Figura 3- Qualidades do animador turístico

Fonte: Marques (2009)

A relação existente entre o animador e os clientes proporciona não só a satisfação dos turistas mas também pode construir uma boa imagem do local a ser visitado garantindo a fidelização dos clientes pela qualidade e pela superação de expectativas.



O animador turístico para além de coordenar as actividades deve ter a capacidade de perceber as reais necessidades dos clientes e o que é necessário ser modificado. É de grande relevância a importância que o animador tenha a habilidade de perceber que os clientes ao consumirem, convertem em “agentes de vendas” dos produtos turísticos na medida em que um cliente insatisfeito conta a sua má experiência em média a onze pessoas e já um cliente feliz comenta em média com três pessoas.

O Autor Marques (2009) defende que pelo facto de ser atendido e escutado por alguém responsável, transforma a percepção do cliente em relação ao serviço prestado. Por isso um animador que tenha boa predisposição na hora de solucionar problemas já eleva o nível de satisfação do cliente, na medida em que o faz sentir especial. O cliente satisfeito converte-se, na maioria das vezes, num cliente fixo e consequentemente em bom veículo de marketing para o destino.

## Capítulo 3 – Caracterização Teórica da Investigação

Neste capítulo pretende-se apresentar, primeiramente, conceitos actuais de alguns autores, no que diz respeito aos cruzeiros Marítimos. Em seguida, será apresentado uma breve história da evolução dos cruzeiros no Mundo, desde a sua origem como transporte de linha regular utilizado para transporte de cargas, até ao conceito que temos hoje das viagens de Cruzeiro. Seguidamente serão apresentadas alguns dos maiores cruzeiros no mundo e posteriormente aportar a sazonalidade deste sector do turismo de cruzeiro.

### 3.1 Conceito de Cruzeiros Marítimos

Na perspectiva de Ward (2010), o actual conceito de cruzeiro não se alterou muito relativamente ao conceito inicial, apesar da indústria dos cruzeiros ter evoluído, expandido e incluído em pacotes de forma a facilitar o seu consumo.

Segundo a autora Brito T (2009), o transporte marítimo foi o modal que mais sofreu alterações desde do início do século XIX. De meio de transporte transformou-se em complexo de lazer falar em navios hoje é sinonimo de viagem completa, que inclui muito lazer e entretenimento e serviços de alta qualidade. Embarcar num cruzeiro não significa ir de um ponto ao outro, mas sim, sair em férias.

O conceito actual de cruzeiros foi lançado por Ted Ariston, fundador da *Carnival Cruise Lines* quando adquiriu o navio *Mardi Gras* na década de 70 do século passado e o modificou em classe única, com a ideia de transformar um cruzeiro marítimo em férias com vinte e quatro horas de diversão. Eram chamados de *The Fun Ships*.

Torre (2002), define os cruzeiros como sendo um tipo de viagem aquática, fundamentalmente de prazer com diversão a bordo e excursões nas costas, praias e portos do percurso; é um barco que segue estritamente o itinerário, com suas reservas feitas geralmente para a viagem completa.

De acordo com Mill (2003) aponta os navios de Cruzeiro como um tipo específico de *Resort*, que ele chama de “*Resorts Flutuantes*”, possuindo uma diversificada

programação de lazer e visitando cidades turísticas que também possibilitam a vivência de experiências de lazer.

Alguns autores atribuíram o conceito de cruzeiro ao próprio destino, uma vez que o cruzeiro se traduz no motivo de realização da viagem, apresentando uma variedade de serviços a bordo.

Segundo o autor Cooper (2001), aponta o cruzeiro como mais um produto de lazer do que um meio de transporte. Neste caso, a viagem marítima, as instalações de entretenimento e lazer oferecidas no navio e nas excursões nos portos são elementos de viagem muitas vezes mais importantes que os locais visitados – o navio de cruzeiro é a própria destinação”.

De acordo com ABREMAR, os Cruzeiros Marítimos constituem nos dias actuais o segmento de turismo que mais cresce no mundo e é o mais poderoso meio de expandir a indústria turística pelos cruzeiros internacionais. O crescimento da indústria marítima contribui para gerar mais emprego, receitas e impostos em todo o mundo (Palhares,2002,p.254) citado por Brito T (2009).

### **3.2 Etapas Históricas do Turismo de Cruzeiro**

De acordo com Montejano (2001) “destaca três etapas evolutivas no século XX. A primeira que vai do início do século até 1950 é caracterizada pela presença dos grandes transatlânticos nas viagens de longo percurso e com o surgimento de navios luxuosos em 1930. A segunda etapa compreende o período que vai da Segunda Guerra Mundial à década de 70, sendo caracterizada pelo surgimento da aviação comercial e da decadência do transporte marítimo, isto é, quando as companhias de navegação haviam-se arruinado em decorrência da guerra e com o avanço tecnológico da aviação pois, com a concorrência do transporte aéreo, começaram a diminuir as linhas de navegação que apenas transportavam passageiros. Para que o transporte marítimo não ficasse prejudicado, surgiu uma nova oportunidade para a utilização dos navios: os cruzeiros. A terceira etapa segue a partir da década de 70 até os dias de hoje e é caracterizada pela reorganização das embarcações de linhas regulares em Cruzeiros turísticos”. Neste período o objectivo de um cruzeiro turístico não é apenas transportar passageiros de um

lugar a outro, mas também contribuía para proporcionar inúmeras alternativas de lazer e garantindo, simultaneamente, tranquilidade, conforto e segurança e incluindo elementos como *shows*, festas, discotecas, bares, casino, restaurantes, cinema, lojas, e dependendo da variedade dessas opções e do número de acomodações, o navio de cruzeiro pode ser considerado como um "Resort Flutuante" (Amaral, 2006). Na figura 4 tende-se demonstrar/explicar as três etapas Históricas defendidas por Montejano (2001):

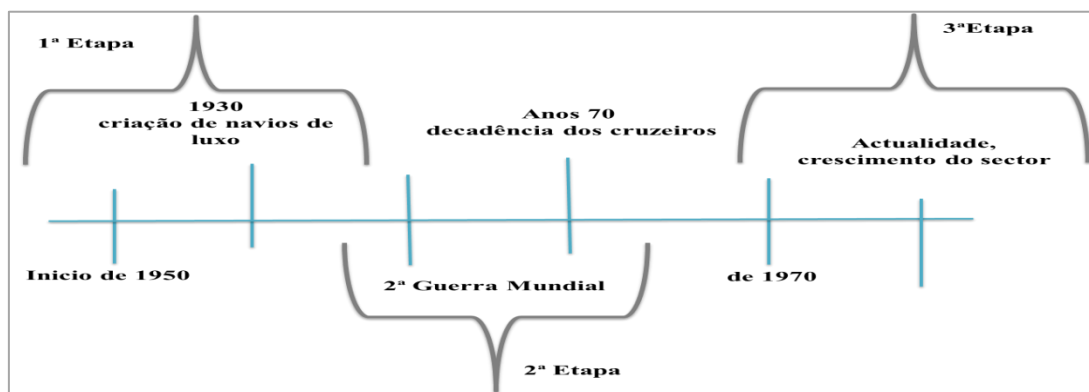


Figura 4- Etapas históricas do turismo de cruzeiros

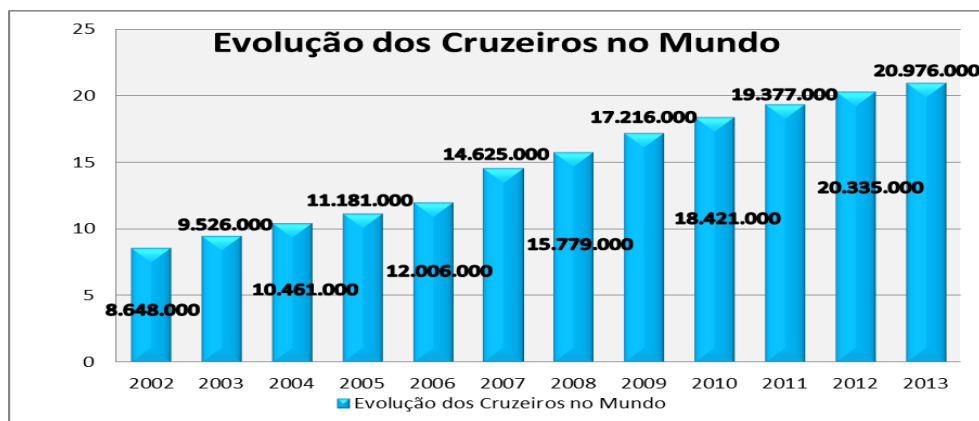
Fonte: Próprio Autor

### 3.3 Evolução do Turismo de Cruzeiro no Mundo

O Mercado Mundial de Cruzeiros está estimado em \$36.2 Mil Milhões o que se traduz num aumento de mais de 4.8% face a 2012, Tendo em consideração que os gastos directos dos passageiros e tripulantes em todos os portos do mundo está estimado em \$17.5 mil milhões o que proporcionará mais \$100 mil milhões e cerca de 750.000 empregos em todo o mundo.

Em todo o mundo, a indústria de cruzeiros tem uma taxa composta de crescimento anual de passageiros ronda os 7%. Estratégias de crescimento até à data têm sido impulsionada pela maior capacidade de novas construções e diversificação navio, os portos mais locais, mais destinos e novas actividades a bordo ou em terra que correspondem demandas dos consumidores. A indústria também está se expandindo rapidamente internacionalmente. Essas actividades ajudam a aumentar a penetração em um mercado central norte-americano, que ainda tem potencial de crescimento. Apenas 53% da meta mercado Norte-Americano (ou 24% de toda a população dos EUA).

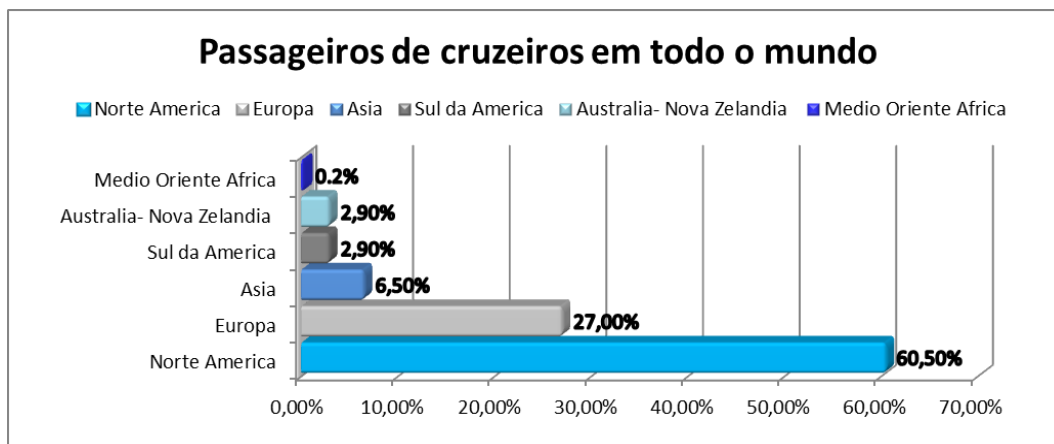
As duas maiores companhias do mundo são, Carnival Corporation e Royal Caribbean Cruises que representam 71.7% dos rendimentos enquanto os dois maiores portos de cruzeiro do mundo são Miami para embarque e Nassau Bahamas como destino.



**Gráfico 1-** Evolução dos cruzeiros no Mundo

**Fonte:** Cruise market adaptado pelo próprio autor

Relativamente ao número total de passageiros em 2013 está previsto cerca de 20.9 Milhões o que demonstra um aumento de mais 3,3% em relação a 2012 contudo a capacidade mundial para 2013 será de 438.595 passageiros o que demonstra um aumento de mais de 3,0% que em 2012 e de 283 navios. Quanto a origem dos passageiros, 60% são oriundos da América do Norte, 27% da Europa, 7% são provenientes da Ásia, 3% da América do Sul, 3% da Austrália e 0,2 % da África. Como podemos observar na figura abaixo:



**Gráfico 2-** Passageiros de cruzeiros a nível Mundial

**Fonte:** Cruise market adaptado pelo próprio autor

Segundo dados da CLIA (2005), a indústria de cruzeiros Europeia continua a aumentar a sua quota de mercado global de cruzeiros, com 27,8 milhões de passageiros visitar um Porto Europeu em 2011, 5,6 milhões de passageiros juntou o seu cruzeiro na Europa, no mesmo ano, com a indústria de geração de € 36.700.000.000 de bens e serviços e fornecendo mais de 300 mil empregos. Em 2011, havia pelo menos 171 navios de cruzeiro que operam no Mediterrâneo e 102 no Norte da Europa.

### 3.4 Os dez maiores navios de Cruzeiro no Mundo

Segundo dados oferecidos pela revista Cruise Critic, uma das mais importantes publicações sobre cruzeiros no mundo, fez uma selecção dos 10 navios mais populares em actividade em todos os países em 2013. A escolha foi baseada no interesse do público pelas embarcações, especialmente em pageviews na internet, na rede social Facebook e reviews de membros da Cruise Critic. A lista apresenta informações sobre cada transatlântico, que serão úteis para a escolha do cruzeirista que ainda não os conhece.

Navios	Companhias	Inauguração	Nº de Passageiros
1º-Oasis of the Seas	Royal Caribbean International	2009	5,4 mil
2º - Allure of the Seas	Royal Caribbean International	2010	5,4 mil
3º - Carnival Dream	Carnival Cruises	2009	3.646
4º - Carnival Magic	Carnival Cruises	2011	3.690 mil
5º - Norwegian Epic	Norwegian Cruise Lines	2010	4,1 mil
6º - Celebrity Silhouette	Celebrity Cruises	2011	2.886 mil
7º - Celebrity Eclipse	Celebrity Cruises	2010	2.850 mil
8º - Liberty of the Seas	Royal Caribbean International	2007 em 2011)	3.634 mil
9º - Ruby Princess	Princess Cruises	2008	3.080 mil
10º - Disney Dream	Disney Cruises	2011	2,5 mil

**Tabela 1- Dez maiores navios de cruzeiros no mundo**

**Fonte:** Revista Cruise Critic

Em 2013 foram adicionados um total de seis navios com uma capacidade total de 14.074 passageiros. De 2014 a 2015, uma rede de mais de 13 novos navios de cruzeiro estará operacional, adicionando 39.297 passageiros ou 8,7% a capacidade de passageiros. Os navios 2014-2015 vão proporcionar uma receita anual R\$ 3,2 bilhões para a indústria de cruzeiros.

### **3.5 A sazonalidade do mercado turístico de cruzeiro**

A sazonalidade não se traduz num conceito característico do sector do turismo uma vez que constitui num fenómeno que afecta os mais diversos mercados e sectores de actividade, portanto pode ser considerado num fenómeno abrangente e transversal aplicável a vários sectores da economia onde se pode incluir o sector do turismo.

A distribuição anual dos movimentos turísticos mostra que eles ocorrem com maior intensidade em certas épocas do ano do que noutras, verificando-se que são poucos os meses em que se alcança um máximo de visitantes e que nos restantes, se registam valores mais baixos, dando lugar a períodos de grande utilização dos equipamentos turísticos (época alta) e o período de fraca utilização desses equipamentos (época baixa).

A sazonalidade deste modo pode ser definida como sendo a desigual distribuição temporal dos movimentos turísticos ao longo do ano que se reflecte na desigual intensidade das entradas de estrangeiros, das dormidas na hotelaria e no tráfego dos meios de transporte e esta ligada as condições climatéricas, as épocas das férias, as profissões, a faixa etária e aos esquemas de férias adoptados pelos empregadores. (Cunha L, 2009 p. 87).

No que concerne ao sector do turismo a sazonalidade pode ser entendida como a desigual distribuição dos movimentos turísticos ao longo do ano e pode ser expressa em termos de números de visitantes, os gastos no destino (as receitas do turismo), entradas nas atracções, emprego, taxas de ocupação, entre outros. (Butler, 2001, Leiper 2004, citado por Martins, 2010). O principal aspecto da sazonalidade traduz na concentração do fluxo de turistas num determinado período do ano, (Allocock 1994 citado por Koenig-Lewis et al apud em Martins 2010). Neste sentido Baron (1975), defende que a sazonalidade esta condicionada ao crescimento de um determinado segmento de

mercado, devido as mudanças ocorridas nas políticas de férias ou quando há entrada de novos mercados e novos destinos competitivos.

Tendo em consideração as definições apresentadas pelos autores acima descritos e de acordo com Andrade (2012) pode-se considerar que a sazonalidade, traduz-se num fenómeno que esta directamente relacionada com as características indicadas de cada destino, entre as quais, condições climáticas, a inflação dos preços, condições políticas e sociais. No que diz respeito ao turismo de cruzeiro por ser uma segmentação do mercado turístico, também está condicionado ao factor sazonal. Uma vez se encontra condicionado aos factores que caracterizam o fenómeno sazonal. Em Cabo verde actividade desenvolvida pela indústria de cruzeiro pode ser considerada ainda na sua fase embrionária, mas com grandes condições para o desenvolvimento dessa tipologia de turismo e que poderá trazer grandes benefícios económicos para ilha, mas contudo torna visível o seu carácter sazonal apresentando pela maior concentração do fluxo de turistas nos meses de Novembro a Fevereiro, considerado como a época alta de cruzeiro em São Vicente, já nos outros meses encontra-se um fraco movimento do fluxo de turistas de cruzeiro correspondente ao chamado época baixa deste sector.



## **Capítulo 4 – O Turismo de Cruzeiro em São Vicente**

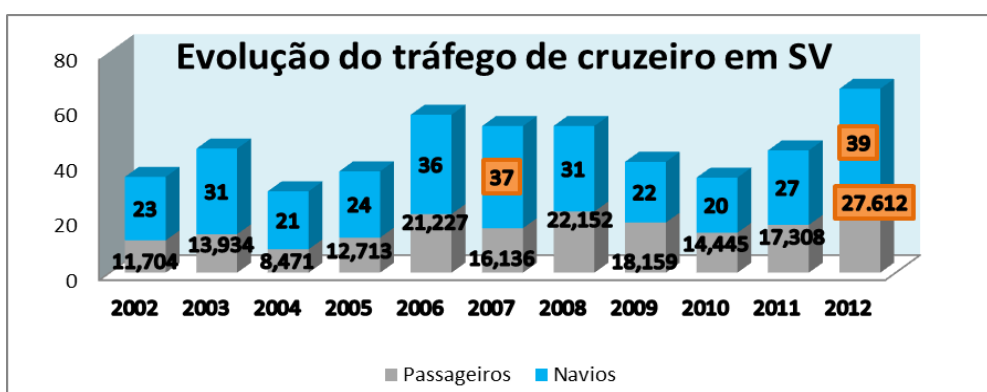
Este capítulo do trabalho tem como objectivo, dar a conhecer a real situação da ilha de São Vicente face ao turismo de cruzeiro, inicialmente demonstrar a sua evolução ao longo dos anos, de seguida apontar as acções realizadas para o desenvolvimento neste sector com o intuito de colmatar a procura existente e por último apresentar os impactos económicos gerados pelo turismo de cruzeiro no destino.

### **4.1 O turismo de cruzeiro na ilha de São Vicente**

Segundo informações do Anuário de 2013, o turismo tem sido eleito como um dos vectores fundamentais para o desenvolvimento da economia de Cabo Verde dadas as enormes potencialidades que o país oferece. O turismo de cruzeiros é uma das grandes apostas das autoridades São-vicentinas o que tem revelado nos últimos anos muito importante para internacionalização da ilha e do país.

De acordo com os dados fornecidos pela Enapor pode-se dizer que não existe uma data concreta que marca o início do turismo de cruzeiro em Cabo Verde. Dado ao carácter cosmopolita da ilha de São Vicente, em 1850 estabeleceram-se 5 companhias carvoeiras, que foram os primeiros estabelecimentos ingleses no Porto Grande. Estes estabelecimentos, contribuíram para um rápido crescimento económico e populacional da ilha, o mercado de carvão de pedra, actividade que contribuiu para um importante aumento da navegação no Porto Grande e o consequente desenvolvimento comercial da Vila do Mindelo, neste sentido começou a receber navios que eram conhecidos outrora como paquetes de grande porte que hoje em dia são denominados por cruzeiros marítimos que vinham de diferentes países reabastecer de carvão, foi neste contexto que, nasceu os tradicionais Cicerones, hoje, designados, Guias de Turismo. Estes Cicerones, desempenharam um importante papel, como guias dos visitantes e eram muito populares na antiga Rua da Praia (Rua dos Ship-chandlers), a grande maioria praticamente analfabeta, mas falando razoavelmente vários idiomas estrangeiros. Com a evolução das viagens marítimas no mundo, aliada a necessidade de usufruir de viagens marítimas de sonho e lazer, com o passar dos anos dada o desenvolvimento do Porto,

mais concretamente nos anos 90 começou-se a receber com frequência escalas de navios de cruzeiro, isso devido a sua localização estratégica no centro do Oceano Atlântico e pela sua beleza natural, paisagística e cultural, *sui generis*. Este sector foi-se desenvolvendo ao longo dos anos. Podendo afirmar que o tráfego de navios e de passageiros tem vindo a aumentar na cidade do Mindelo, apresentando dois pontos altos em 2007 e 2012, mas contudo foi em 2012 que atingiu o recorde de escalas e de passageiros, com 39 escalas e um total de 27.612 mil passageiros, verificando ao longo desse percurso aumentos e decréscimos das escalas na ilha. Conforme o gráfico abaixo:



**Gráfico 3-** Evolução do tráfego de cruzeiros em S.V

**Fonte:** Elaboração própria a partir de dados Enapor SA, Administração do Porto Grande

Podemos observar que de 2011 a 2012 houve um aumento significativo tanto a nível de escalas como do número de passageiros, em que 2012 os 39 navios de cruzeiro que aportaram em SV representam um acréscimo de 44,44 % em relação a 2011 e dos 27.612 passageiros que escalaram no Porto houve um acréscimo de 59,53 % em relação a 2011. Segundo dados apresentados pelo Administrador do Porto Grande estima-se em 2013 haverá um total de 53 escalas que equivalente 35,8%.

Dado ao carácter sazonal do sector de cruzeiro o Porto recebe em maior frequência os navios de cruzeiro nos meses de Janeiro, Fevereiro, Março, Outubro, Novembro, e Dezembro. Segundo dados da Enapor os principais países emissores são provenientes da Europa (Reino Unido, Alemanha, Itália, e Madeira), países Escandinavos (Suíça, Noruega e Dinamarca), Canárias (Las Palmas e Tenerife) e do Brasil oriundos do Porto de Santos e Rio de Janeiro.

Nas figuras a seguir, pode-se observar algumas escalas de itinerários para 2011, 2012, 2013:



Figura 5 - Principais operadores com escala em S.V

Fonte: Enapor S.A

## 4.2 Principais Operadores de Cruzeiros com escala em S.V

Segundo dados apontados pela Enapor os principais operadores de cruzeiro que escalam o porto somam um total de 21 embarcações de diferentes dimensões e países, das quais a Princess Cruises foi eleita um dos 10 navios mais populares em actividade em todos os países em 2013.

Principais operadores de cruzeiro com escala em S.V	
➤ P & cruises	➤ Princess cruises
➤ Fred Olsen cruises	➤ Alemar S.R.L
➤ Costa Cruises	➤ Ibero Cruceros
➤ Ibero Cruceros	➤ International Ship. Partners
➤ Cruise West	➤ Fred Olsen Cruises
➤ Polar star Expeditions	➤ Oceania cruise
➤ Oceania cruise	➤ So.Ge.Vi.SR.L
➤ Fred Olsen Cruises	➤ Enterp.Shipping & Travel S.A
➤ MSC Cruises	➤ Orient lines
➤ Hapag Lloyd cruises	➤ Silversea
➤ Whilhemsen	

Tabela 2- Principais operadores de cruzeiros em S.V

Fonte: Elaboração própria a partir de dados Enapor SA, Administração do Porto Grande.

### **4.3 Acções realizadas no sector de cruzeiro da ilha de São Vicente**

Dado ao posicionamento no Atlântico Médio e muito próximo da África Ocidental, Europa e América do Sul tem potencial para desempenhar um papel importante no mercado futuro da indústria de Cruzeiros. A ilha de São Vicente cresceu por assim dizer habituada a ver grandes paquetes acostados ao porto e da inevitável convivência com os turistas, mas contudo ainda apresenta algumas fragilidades que dificultam a exploração das potencialidades do sector isso devido a escassez de serviços orientados para os passageiros (ajustar os horários comerciais a visita dos cruzeiros e aumentar a oferta) e a inexistência de uma terminal de cruzeiros entre outros. Neste sentido a Administração do Porto Grande tem vindo a reforçar esses laços com mercado internacional de cruzeiros participando de forma planificada nas feiras especializadas e melhorando as condições de permanência dos navios no Porto, tanto a nível da segurança como operacionalidade, promoção do destino Cabo Verde em empresas especializadas, de diversos níveis, nomeadamente nas principais feiras mundiais de cruzeiros de exemplo a Seatrade Miamie, Med Trade pela Enapor e organismos de promoção turística local.

Segundo relatos do Sr. Jorge Pimenta Maurício são vários os factores, internos e externos, que contribuem para tornar o nosso país como um dos destinos turísticos mais importantes da Costa Ocidental Africana, salientando que a nossa posição estratégica no cruzamento de rotas do Atlântico Sul – Europa, África e América – também coloca Cabo Verde no centro do mercado de cruzeiros.

A pensar nisso, a Enapor está a desenvolver um estudo que ditará os rumos a seguir para transformar esse filão no braço direito do Cluster do Mar e num dos mais promissores negócios para o país.

Em 2011, no âmbito de desenvolvimento do sector de cruzeiros em São Vicente, criou-se a 3C- Comunidade Cabo-verdiana de Cruzeiros, que traduz numa organização sem fins lucrativos, formalmente estabelecida na cidade do Mindelo, compostas por diferentes parceiros da Comunidade Portuária que estão directa ou indirectamente ligados ao negócio do turismo de Cruzeiros. Tendo como membros fundadores a Câmara de Comércio C.C.I.A.S.B, Porto Grande do Mindelo, Agência Vikings, Agência

Nacional de Viagens, Aventura Cruise, Rotas cruzadas, Fly, Associação de Guias de S.V, Pont D'Água e Cabo Verde Investimentos.

De acordo com informações retiradas do Guia do Porto Grande 2012-2013 a West e a Central África Cruise network juntamente com a 3C são duas novas organizações criadas no Mindelo para produzir uma perspectiva mais consentânea relativamente à estratégia para fazer aumentar o turismo de cruzeiros nesta região Sub-Africana e em São Vicente uma vez que constitui uma resposta às exigências feitas pelos armadores dos cruzeiros que procuram os portos de Cabo Verde e de outros portos da África Ocidental e Central, esperando uma maior interacção entre os parceiros ligados ao negócio de cruzeiros assim como um aumento substancial da qualidade apresentada por cada destino individual e colectivo.

Em 2011 a *Cruise Line Inspection* (site Inspection) que traduz numa organização de inspecção para executivos de linhas de cruzeiros. Neste sentido 3 Companhias representantes de 9 linhas de Cruzeiros visitaram Cabo Verde contemplando 4 ilhas do arquipélago (Santiago, São Vicente, Santo Antão e Sal) com o intuito de mostrar a oferta existente e as potencialidades, conhecer as críticas e sugestões existentes nas ilhas e de forma contundente conhecer as necessidades dos clientes.

A empresa também deseja criar um programa de treino de guias que deverá ser feito por um operador canadiano (Aquila Tours) para promover o desenvolvimento dos Portos, tem como finalidade de melhorar a qualidade dos guias em Cabo Verde e aumentar o número de escalas de navios no país, garantindo também este aumento para o futuro com o intuito de satisfazer os turistas e melhoria das excursões em terra.

Devido as insuficiências existentes a nível de segurança e conforto na recepção dos cruzeiristas no porto aliada ao aumento que se vem notando anualmente deste sector e a necessidade de desenvolvimento do sector em São Vicente, surge a necessidade de criação do Terminal de Cruzeiros na ilha. Esta situar-se-á mais próximo do centro da cidade, o novo Cais Acostável terá de comprimento 250 metros e de profundidade 11 metros. O Porto estará apto para acolher maior número de navios. O projecto enquadra-se na estratégia de Cabo Verde se transformar num itinerário com escalas regulares de

cruzeiros e este é um dos segmentos que a Enapor já está a trabalhar para os portos da Cidade da Praia e do Mindelo.

O projecto deve fornecer serviços de alta qualidade aos navios de cruzeiro para e descarregar e carregar passageiros com segurança. Deve a bacia do porto e um espaço para um grande navio de cruzeiros, e uma área em terra composto por um centro de boas-vindas, terminal de autocarros e táxi e passarelas. O terminal será localizado no Porto Grande do Mindelo.

O projecto da terminal da ter visa estimular a indústria de cruzeiros na ilha, especialmente servindo as empresas de negócios locais que oferecem passeios, transporte, alimentos, bebidas e lazer para os passageiros que chegam e partem.

Tem como objectivo estimular a economia local. Como o terminal será multiuso, quando não estiver em uso, para receber passageiros de cruzeiros no terminal o seu espaço pode ser utilizado para conferências, exposições, reuniões, eventos, actividades sociais e culturais.



**Figura 6-** Projecto do Terminal de Cruzeiros

**Fonte:** Enapor adaptado pelo próprio autor

O objectivo estratégico de desenvolvimento do Porto Grande é adaptar o porto e sua infra-estrutura (terra e mar) para a demanda esperada e as características do tráfego actual e futuro, bem como contribuir para o reforço da zona portuária existente. O

projecto do Terminal de Cruzeiros novo e do centro de congressos associada a ele foi proposto no âmbito do Estudo de Regeneração Urbana / Porto. Com a construção do terminal cruzeiro estima-se que em 2020 o destino possa receber 100 navios e cerca de 75.000 passageiros, mas contudo caso não seja criado o terminal como forma de melhoria das condições de segurança e satisfação dos visitantes e também melhoria da imagem do destino, o sector de cruzeiro da ilha de São Vicente pode estagnar ou mesmo diminuir a procura.

#### **4.4 Impactos Económicos do Turismo de Cruzeiros no Destino**

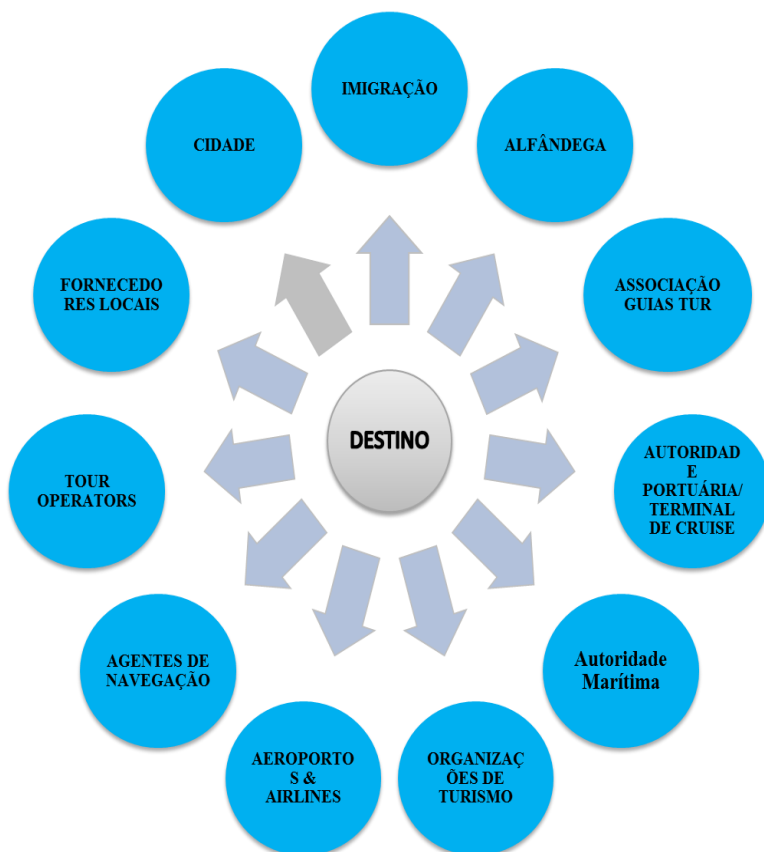
O turismo de cruzeiro sendo viagens de lazer que movimenta milhares de turistas com escalas programadas em portos seleccionados, correspondendo as motivações dos passageiros proporcionam receitas que beneficiam os prestadores locais de serviço diversos.

Quantificar o impacto económico do turismo de cruzeiro em São Vicente não se traduz numa tarefa fácil visto que, ainda não existem estudos concretos capazes de avaliar o impacto económico do desenvolvimento desta industria na ilha. De acordo com os dados fornecidos pela Enapor S.A fez-se uma estimativa do impacto económico gerada pelas escalas de navios de cruzeiro nas ilhas com base em dados recolhidos da fronteira, onde pode-se constatar que 100% do total de passageiros que realizam as viagens apenas 70% dos turistas saem dos navios podendo ou não efectuar gastos na ilha de São Vicente. Estima-se em média um gasto em terra de 30 euros por pessoas. De acordo com os gastos dos passageiros, a investigação realizada pela empresa aponta que o emprego fora do terminal, tem uma estimativa média de 40 euros por pessoa, e se calcularmos 75.000 pessoas vezes 40 euros, iremos ter um resultado de 3 milhões de euros por ano. Tendo em consideração aos dados fornecidos pela Enapor o aumento de emprego no porto concentra-se nas áreas de atracação e desatracação, fornecimento de água, lixo, venda de combustível, reboque, pilotagem entre outros, defendendo que os cruzeiros marítimos não trazem grande rentabilidade para o porto visto que os maiores gastos efectuados pelos cruzeiristas são feitas na cidade, enquanto no porto apenas



pagam o embarque e o desembarque na ilha. É uma actividade de carácter emblemático que proporciona o prestígio comercial podendo dizer que se traduz numa fonte de riqueza para economia do país, Mas contudo torna-se necessário ressaltar que para o sucesso desta actividade é necessário que seja bem planificada e estruturada para o benefício da comunidade local mas para que isso seja possível torna-se crucial a intervenção dos diferentes sectores públicos e privados com o intuito de estruturar a oferta com base na satisfação das necessidades dos cruzeiristas. No esquema abaixo apresenta um conjunto dos parceiros económicos que com sua interligação proporcionam o desenvolvimento do sector de cruzeiros da ilha de São Vicente.

#### Parceiros Económicos do sector de Cruzeiros de São Vicente



**Figura 7-** Parceiros económicos do sector de cruzeiros

Fonte: Enapor S.A



## Capítulo 5 - Enquadramento Histórico da Ilha de São Vicente

No penúltimo capítulo do trabalho, tenciona-se inicialmente caracterizar a ilha de São Vicente enquanto local de incidência do estudo, de seguida caracterizar o Porto Grande do Mindelo, desde as suas infra-estruturas até a importância que o Porto tem e teve para o desenvolvimento da ilha de São Vicente, no terceiro ponto, a importância que a cultura tem para o desenvolvimento do turismo local e por último a calendarização das manifestações culturais ou seja as forças vivas da cultura Mindelense.

### 5.1 Caracterização da ilha de São Vicente

Cabo verde é um arquipélago de origem vulcânica composta por dez ilhas, sendo nove delas habitadas e oito ilhéus totalizando uma área territorial de 4033 km<sup>2</sup> situado a 445 km da Costa Ocidental Africana. Está geograficamente dividido em dois grupos: o de Barlavento, que integra as ilhas de Santo Antão, São Vicente, Santa Luzia, São Nicolau, Sal e Boavista e os ilhéus Branco e Raso; e o de Sotavento, com as ilhas de Maio, Santiago, Fogo, Brava, e os ilhéus secos, ilhéu Luís Carneiro e ilhéu do Rei. É um país de clima tropical seco caracterizado como um país de 365 dias de sol e mar.<sup>2</sup>

O estudo incidiu na ilha de São Vicente na cidade do Mindelo, que consiste numa pequena ilha de características vulcânicas. Foi descoberta a 22 de Janeiro de 1462, mantido despovoado até 1838, apenas em meados do século XIX, começou a ser povoada, depois dos ingleses terem instalado no Mindelo um depósito de carvão para reabastecer os navios que percorriam o oceano Atlântico. A ilha de São Vicente teve a sua história recente quase sempre atrelada à dinâmica do Porto, aliada ao importante entreposto carvoeiro no século XIX e primeiro quartel do século XX, desempenhou, por isso, igualmente o papel de “principal porta de contacto entre Cabo Verde e o mundo”, conferindo à ilha e particularmente à cidade do Mindelo uma peculiaridade e um cosmopolitismo que ainda hoje se faz sentir, quer seja na arquitectura, na música, na cultura, na gastronomia. É a segunda cidade mais populosa de Cabo Verde com cerca de

---

<sup>2</sup> Fragata, (2009)

76.140 mil habitantes, com apenas 227 km<sup>2</sup>, com um comprimento máximo de 24 km e uma largura de 16 km. O Mindelo é uma das mais bonitas e pitorescas de cabo Verde, encaixada entre o mar e um maciço rochoso muito agreste. (Guia Turístico, 2012)

O Mindelo tornou-se assim através do Porto Grande, uma cidade cosmopolita uma vez que vários navios, de diversas nacionalidades reabasteciam de carvão depois de uma longa viagem. O desenvolvimento do Porto natural de São Vicente, abrigado de condições propícias para a embarcação de qualquer tipo de navio, teve um importante contributo para o progresso da economia do arquipélago. Pois, com a actividade carvoeira estabelecida e bem-sucedida no porto da ilha, o Estado conseguiu obter rendimentos elevados que lhe permitiram o desenvolvimento das outras ilhas vizinhas, tornando-a o principal porto de Cabo Verde por onde passaram grande parte das importações do país. O desenvolvimento e prática do turismo de cruzeiro poderá ser um contributo para a abertura de novas portas para o desenvolvimento tanto das infra-estruturas portuárias bem como da economia do país. (Andrade, 2012).

## 5.2 Importância da Cultura para o desenvolvimento do turismo local

No tocante a cultura torna-se necessário englobar todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente. A cultura cabo-verdiana possui características singulares e mestiça como a sua população numa das misturas mais originais e criativas do Continente Africano.<sup>3</sup>

Esses aspectos, característicos da sua singularidade e da diversidade cultural, representam para o turismo a oportunidade de estruturação de novos produtos turísticos, com o consequente aumento do fluxo de turistas, e converte o turismo em uma actividade capaz de promover e preservar a cultura de um povo.

Segundo o Ministério do Turismo da Brasília, (2010) defende que, o comportamento do consumidor de turismo vem mudando e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. Em um mundo globalizado, onde se diferenciar adquire importância a cada dia, os turistas exigem, cada vez mais, roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências.

As diversas combinações da cultura e do turismo configuram segmento de Turismo Cultural, que é marcado pela motivação do turista de se deslocar especialmente com a finalidade de vivenciar os aspectos e situações que são peculiares da nossa cultura, assim, a relação entre a cultura e a actividade turística não pode ocorrer sem a necessária compreensão das formas de caracterização e estruturação pertinentes ao segmento. O desenvolvimento desse tipo de turismo deve ocorrer pela valorização e promoção das culturas locais e regionais, preservação do património histórico e cultural e geração de oportunidades de negócios no sector, respeitando os valores, símbolos e significados dos bens materiais e imateriais da cultura para as comunidades.

Contudo para Barreto (2007) o turismo pode-se traduzir num meio eficaz para a preservação do património e para o diálogo entre as culturas, tendo em consideração a ligação existente entre o turismo, a cultura e o desenvolvimento incluindo também as

---

<sup>3</sup> Guia Turísticos de Cabo Verde

relações entre os visitantes e visitados nas quais deve prevalecer o equilíbrio entre ambas as esferas para preservar a diversidade e promover o desenvolvimento local.

De acordo com Livramento, (2012 p.26) o turismo gera para as comunidades a nível cultural tanto efeitos positivos como também negativos, com isso aponta como efeitos positivos:

- a) **Conservação da herança cultural** – A actividade turística vai ser considerada uma forma de preservação e conservação da herança cultural das regiões. A cultura passa a ser um atractivo turístico, acabando por gerar receitas à comunidade, levando não só à conservação do património cultural, como também ao património arquitectónico, artístico, monumental e natural.
- b) **Fortalecimento da identidade cultural** - A população passa a ter um sentimento de pertença em relação à sua cultura, ao deparar-se com as claras diferenças entre ela e o visitante e desenvolve um sentimento de orgulho por pertencer a uma cultura única e diferente. E é o turismo que vai contribuir para renovar e reforçar as culturas marginalizadas no processo económico, dando-lhes oportunidade de manter as suas particularidades e de permanecerem em uma economia de mercado.
- c) **Intercâmbio cultural** – O turismo vai promover um intercâmbio entre diferentes culturas, a partir do momento em que há um contacto entre os visitantes e os residentes. Esse contacto vai fazer com que haja mais compreensão, tolerância e respeito mútuo em relação aos valores e costumes uns dos outros, fazendo com que as pessoas compreendam que existem culturas diferentes que devem ser respeitadas.

Mas também gera efeitos negativos, em que o turismo poderá provocar uma comercialização excessiva da cultura, podendo levar a uma perda de autenticidade dos produtos culturais oferecidos aos turistas, que vão ser modificados para atender aos desejos e anseios da procura. De acordo com Ignarra (2001) diz que também poderá haver uma padronização do artesanato local para satisfazer os turistas e realização de eventos tradicionais fora dos períodos calendarizados, para aumentar a procura, acabando por perder o carácter tradicional e exótico do produto. Por outro lado a Caderno virtual do turismo (CVT) atribui como um dos factores que contribuem para a

eleição de uma visão estritamente pessimista e negativa sobre o turismo é que, quando, especialmente o Turismo Internacional, tem importância económica para um país ou região, esse se torna um poderoso elemento modificador da estrutura social da comunidade receptora.

Contudo podemos afirmar que a cultura se traduz num elemento fundamental para caracterização de um povo traduzindo num vector capaz de proporcionar experiências únicas ao visitantes tornando extremamente necessário a sua promoção, conservação e valorização por parte da comunidade local. O segmento cultural pelas características dos atractivos, pelas amplas possibilidades para o desenvolvimento de produtos, pela forma de organização de actividades capazes de proporcionar o envolvimento da comunidade na cadeia produtiva. Por outro lado torna-se necessário não deixar com que o turismo seja um factor modificador da sua própria identidade.

A Animação direccionada para os processos de desenvolvimento local também deve privilegiar novas formas de olhar a realidade na perspectiva das gentes, trabalhar com elas um conjunto de competências, valores e princípios desde as suas raízes culturais, no sentido da valorização da auto-estima e da cultura, elemento central da ideia de comunidade.

### **5.3 As forças vivas da Cultura Mindelense**

Tendo em consideração a variedade cultural existente na ilha de São Vicente, aliada ao desejo que os visitantes tem de conhecer coisas novas, aumentar os seus conhecimentos, conhecer particularidades, os hábitos e costumes vivenciados pela população local poderá constituir numa mais-valia ao sector cultural do turismo da ilha, neste sentido com o estudo tende-se delinear as forças vivas da cultura Mindelense e através delas mostrar o seu real contributo para o desenvolvimento do sector de cruzeiro da ilha de São Vicente.

### ➤ **Música**

O viver do povo cabo-verdiano é mostrado nas mornas cantadas, resultante do quotidiano. A música sempre teve peso para o povo cabo-verdiano, abarcando a totalidade da circunstância da vida, da fome a fartura, da partida ao regresso, da alegria e da tristeza, da dor a euforia, da morte a vida e da realidade. A música cabo-verdiana vive-se na melodia, os estrangeiros mesmo sem compreender a letra são amantes da melodia e dos batimentos. A Morna, coladeira, funaná, batuque e o finaçon são os géneros musicais tradicionais mais difundidos do riquíssimo património musical de Cabo Verde.

### ➤ **Artesanato**

O artesanato tem grande importância na cultura cabo-verdiana. A tecelagem e a cerâmica são artes muito apreciadas no país. Produzido quer para utensílio, quer para decoração, o artesanato de Cabo Verde é muito singular e é verdadeiro instrumento de expressão da cultura popular. Hoje em dia, ele é igualmente atracção para os turistas, constituindo seu fabrico e comercialização no único meio de subsistência para algumas famílias.

### ➤ **Carnaval**

Considerado um dos mais belos carnavais de Cabo Verde com muita criatividade, folia e alegria é com especial incidência nas ilhas de São Vicente, São Nicolau e Sal.

Realizada no mês de Fevereiro, as actividades principais do evento decorre durante três dias, contudo as festividades dão início no princípio do mês. É organizado e planeada pela Câmara Municipal da ilha, traduz-se em desfiles de grupos de animação de várias zonas, escolas e jardins infantis, contando a três anos com a participação de um grupo de reciclagem com grande criatividade. Pode ser considerada como sendo uma das festas mais populares da ilha de São Vicente, pois conta, não só, com a participação e colaboração da maioria da população da ilha, como também com emigrantes e turistas de várias nacionalidades. Os pontos mais altos desta manifestação cultural são o desfile da escola de samba tropical na noite de segunda-feira, o desfile de grupos oficiais no dia

do carnaval, e na quarta-feira de cinza, a entrega dos prémios para os vencedores do carnaval. É de grande relevância a importância que tem para ilha e para a economia local uma vez que gera muito capital em quase todas as actividades lucrativas da ilha.

### ➤ **Gastronomia**

São Vicente tem uma gastronomia rica em mariscos, para além da célebre "cachupa", pontificam o "arroz de cabidela, de marisco e o "guisado de percebes", búzio, lagosta e, uma moreia frita deliciosa. Além, dos tradicionais doces de côco, aranha de papaia, "sucrinha" de leite, rebuçado, doce de leite, doce de papaia, "funquin", queijo de terra, entre outros produtos saborosos que confeccionam uma apetitosa sobremesa, por outro lado ainda oferece uma variedade de artigos derivado do milho tais como o cuscuz, o ralon entre outros. (Guia turística 2012).

### ➤ **Teatro**

De acordo com informações da revista cabo-verdiana Nos Genti Falar de teatro em São Vicente, é falar da sua Associação Artística e Cultural, o MINDELACT. Nos dias de hoje é um dos festivais de teatro mais famoso e conhecido do arquipélago, realizado no mês de Setembro, por uma associação não-governamental, este evento promove momentos de grande comédia e distração, consideradas muito marcantes no teatro cabo-verdiano e também promove um contacto entre culturas diferentes com os grupos internacionais participantes. Esta associação para além de realizar o festival internacional de teatro que cada dia tem ganho mais projecção tanto a nível nacional como internacional, também realiza "Março mês de Teatro", outro evento com grande capacidade para atrair turistas.

### ➤ **São João**

A festa de São João Baptista, ou do "kolá San Djon", celebrado a 24 de Junho e integrado nas Festas Juninas, é uma das principais festas populares nas ilhas de Barlavento - Santo Antão, S. Vicente e S. Nicolau. Em São Vicente a festa decorre na Ribeira de Julião, localidade que dista poucos quilómetros da cidade do Mindelo. É uma festa de romaria denominada pelo "Colá Sanjon" composta pelo lado sagrado com

actividades precisamente religiosas que consiste na realização da missa ao santo padroeiro, procissão, e pagamento de promessas mas também possui o lado profano caracterizados pela criação de actividades como concursos do colá Sanjon, degustação dos pratos típicos, beberes e dança, acompanhada de tambores e de apitos. A anteceder o dia de São João Baptista, coincidindo com a festa pagã do solstício de Junho, há o tradicional saltar da fogueira (lumenaras).

### ➤ Festa de Fim de Ano

A festa de São Silvestre como é denominada e as comemorações da festa de Ano Novo, é outro dos eventos da ilha considerada muito importante e que chama a atenção não só dos Mindelense como também de várias outras pessoas de fora da ilha. Conjuntamente com as comemorações natalícias, esta época em Mindelo é caracterizada pela movimentação constante das pessoas pelas lojas, a iluminação e decoração da cidade, pela música de recordai, pelo apito dos barcos e carros na Baía, também pelo espectáculo de fogos-de-artifício para comemorar a entrada do novo ano, e acima de tudo é uma época muito marcada pela música de um dos cantores cabo-verdiano de renome internacional Luís Morais. Livramento, (2012). Na figura abaixo poderá visualizar a calendarização anual das actividades em São Vicente.

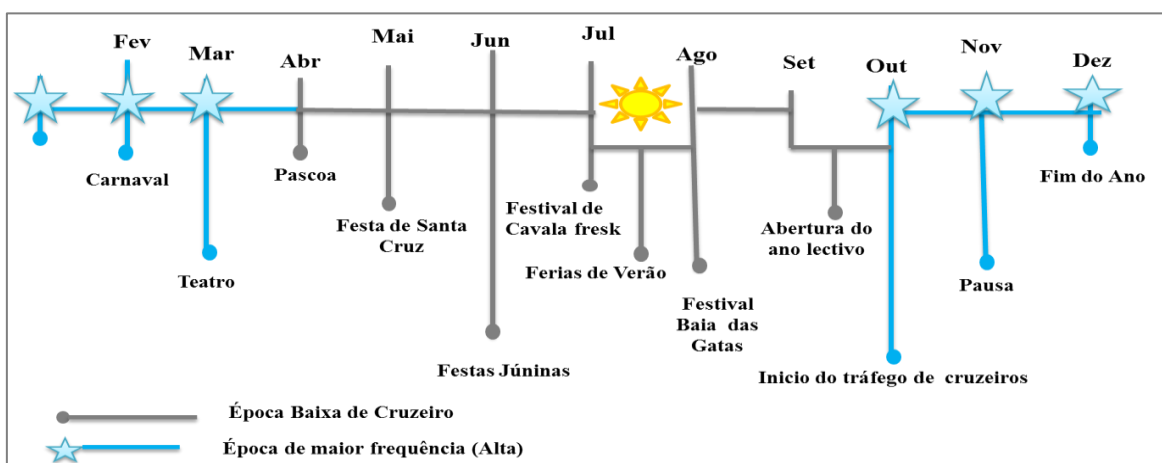


Figura 8-Calendarização anual das actividades em S.V

Fonte: Próprio Autor



Podemos analisar na fig. acima ilustrada que a época de maior fluência de cruzeiro considerada a época alta do sector, consiste no calendário anual no período de fraca movimentação no que concerne a actividades de carácter cultural com excepção no mês de Dezembro, Fevereiro e Março onde há presença da, Festa de final de ano, o carnaval e teatro, tornando de extrema importância criar actividades que possam colmatar essa época considerado como fraca em termos de eventos de cariz cultural com o intuito de descentralizar a oferta.

#### **5.4 Diagnóstico da Animação Turística em São Vicente face ao Turismo de Cruzeiro.**

Analizando as diferentes potencialidades em torno da cultura Mindelense, o desenvolvimento de actividades de carácter cultural podem proporcionar aos turistas/excursionistas um leque de opções de entretenimento durante a sua estadia no destino. Neste sentido acredita-se que apostando no desenvolvimento de actividades de animação com cariz cultural direccionado ao turismo de cruzeiro, permitirá aos visitantes não só momentos de lazer e descontração mas também possibilitar o conhecimento das variedades culturais oferecidas pelo destino durante o período de estadia, associadas a grande contribuição que poderá ter no sector turístico de São Vicente. O melhor conhecimento da situação real da animação turística da ilha requer o seu diagnóstico cuidado por forma a permitir a recolha de informação credível e fiável. Como já tinha mencionado anteriormente em São Vicente, o sector de animação possui lacunas que necessitam duma especial atenção, neste sentido através da análise de SWOT (terminologia anglo-saxónica para “Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats”) permitirá delinear as fraquezas em torno deste sector permitindo minimizar os aspectos negativos, conhecer as vantagens ou pontos fortes que poderá ter no sector, as oportunidades que poderá trazer a ilha e também conhecer as suas ameaças.

(S) Pontos Fortes	(W) Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Boas condições climáticas ao longo do ano;</li> <li>✓ Variedade cultural;</li> <li>✓ Conservação do património histórico;</li> <li>✓ Promoção do artesanato local;</li> <li>✓ Enriquecimento e valorização da cultura Mindelense;</li> <li>✓ Oportunidade de negócio para população;</li> <li>✓ Criação de postos de trabalho;</li> <li>✓ Criação da marca da Ilha;</li> <li>✓ Aumento das escalas de cruzeiro;</li> <li>✓ Promoção da música, danças e artistas a nível nacional e internacional;</li> <li>✓ Promoção da Gastronomia Local;</li> <li>✓ Reconhecimento e promoção artesões locais;</li> <li>✓ Aumento da disponibilidade da oferta;</li> <li>✓ Estimula a produção;</li> <li>✓ Promove o espírito de empreendedorismo e a criatividade dos locais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de interação e de complementaridades dos diferentes intervenientes do sector turísticos;</li> <li>✓ Fraca capacidade de negócio e de empreendedorismo por parte dos locais</li> <li>✓ Edifícios de interesse cultural sempre encerrados;</li> <li>✓ Insuficiente infra-estruturas para organização de actividades;</li> <li>✓ Falta de recursos humanos qualificados reduzido Profissionalismo;</li> <li>✓ Dificuldades no engajamento dos visita em actividades</li> <li>✓ Carência de actividades de animação turística de carácter cultural;</li> <li>✓ Excursões Pobres;</li> <li>✓ Falta de amabilidade;</li> <li>✓ Falta de condições de higiene e sanitári públicos na ilha;</li> <li>✓ Forte sazonalidade;</li> <li>✓ Falta de Planeamento;</li> </ul>
(O) Oportunidades	(T) Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Variar a oferta em termos da criação de actividades;</li> <li>✓ Oportunidades de negócio;</li> <li>✓ Criação de novas empresas;</li> <li>✓ Promoção da ilha face a outros destinos;</li> <li>✓ Diminuição da taxa de desemprego na ilha;</li> <li>✓ Crescimento do sector de animação turística e consequentemente o sector de cruzeiro;</li> <li>✓ Descentralização das actividades ao longo do ano (diminuição do carácter sazonal da actividade);</li> <li>✓ Impulsionar a criação de empresas de Animação Cultural tipicamente Cabo-verdianos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Perda de autenticidade e identidade cultural;</li> <li>✓ Aumento dos males sociais (criminalidade, prostituição, drogas);</li> <li>✓ Criação descontrolada do sector de animação (saturação da actividade);</li> <li>✓ Degradação de monumentos e casas com significado histórico-cultural;</li> <li>✓ Falta de infra-estruturas;</li> <li>✓ Organização interna;</li> <li>✓ Falta de capital para promoção externa</li> <li>✓ Não envolvimento do município;</li> <li>✓ Falta de legislação ou regulamentação;</li> </ul>

**Tabela 3-** Análise swot

**Fonte:** Próprio autor

### **5.5 Plano de Animação Turística com base na cultura Mindelense direccionada ao sector de cruzeiro de São Vicente**

Cabo verde, como um destino turístico apresenta variadas potencialidades devido as características peculiares oferecidas pelas dez ilhas que o compõem, mas para que o turismo contribua para o desenvolvimento das ilhas de forma sustentável com o intuito de gerar o crescimento económico do país, torna-se necessário que sejam criados produtos turísticos diferenciados que possam de certa forma aproveitar os recursos existentes, tendo por um lado o objectivo de aumentar o rendimento da população local e por outro lado contribuir para promoção e divulgação do destino.

No caso da ilha de São Vicente que se traduz no objecto de estudo da pesquisa, para além das suas praias e as suas belezas naturais, oferece excelentes condições para o desenvolvimento da vertente cultural, que se traduz numa das riquezas da ilha e do país, e que tão pouco se tem feito para torná-lo num produto vendável, que de certa forma contribuirá para aumentar a procura turística da ilha, direccionando-a ao sector de cruzeiros, composta por pessoas com interesse cultural em conhecer culturas genuínas e ter uma participação na vida quotidiana e nas manifestações culturais contribuindo para satisfação das suas necessidades e expectativas, nesta perspectiva torna-se de extrema importância transformar essas potencialidades em produto turístico como forma de incrementar a oferta tornando o turismo da ilha mais sustentável e dinâmica, gerando rendimento aos locais. Para transformar a cultura Mindelense em produto turístico há necessidade de seguir um conjunto de procedimentos. A figura abaixo demonstra como a cultura Mindelense pode-se transformar num produto vendável:

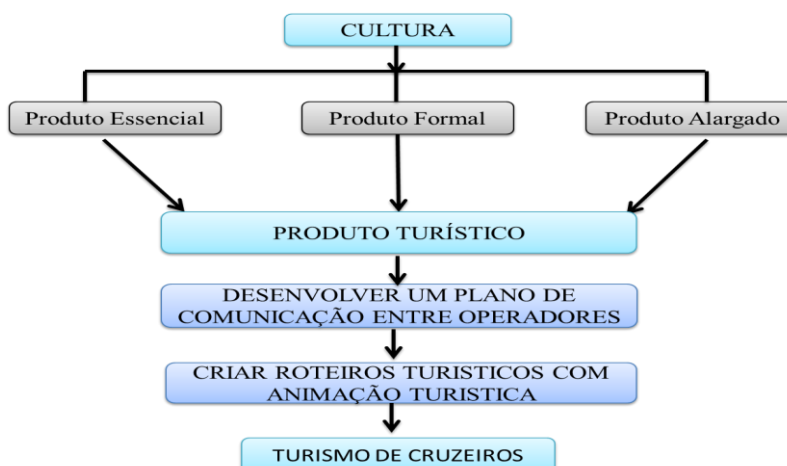


Figura 9- Transformação da cultura Mindelense em Produto Turístico

Fonte: Próprio autor

Para o desenvolvimento do produto turístico é necessário que a cultura Mindelense passe pelos diferentes níveis de concepção de um produto. Sendo que a ilha oferece variadas potencialidades para o desenvolvimento do sector cultural inicialmente terá que passar por três etapas. A primeira etapa corresponde ao produto essencial em que se traduz na essência da oferta que deverá ser definido e possuir vantagem diferencial significativa do produto face a concorrência. A segunda etapa que se traduz no produto formal, onde o produto essencial é transformado em operacional, através dos serviços, acessórios concretos e equipamentos indispensáveis, embora ainda não possam ser considerados um produto acabado pronto a ser comercializável para o consumo dos turistas e por último, a terceira etapa que equivale ao produto alargado que é considerado o produto final que inclui tanto elementos tangíveis bem como elementos intangíveis da oferta.<sup>4</sup>

Depois do desenvolvimento das três etapas de concepção da cultura torna-se de extrema importância desenvolver um plano de comunicação entre os diferentes operadores uma vez que estes desempenham um papel essencial na comercialização do produto deste modo estes devem desenvolver a oferta cultural juntamente com os diferentes intervenientes do turismo da ilha, a oferta deve ser trabalhada de forma com que traga

<sup>4</sup> Tocquer et Zins (2004)

benefícios tanto para a economia da região, para os locais bem como satisfazer as necessidades dos turistas que visitam o destino. A partir deste plano de comunicação, há necessidade de criar roteiros com animações que possam complementar a oferta e dar resposta a procura existente contribuindo para aumentar o nível de satisfação e complementar a estadia dos que visitam a ilha. Devido ao grande número de turistas que escalam o Porto Grande, sendo o turismo de cruzeiros uma das potencialidades para o desenvolvimento da ilha de São Vicente, mas contudo tem demonstrado uma grande deficiência no que concerne a oferta disponibilizada, acredita-se com a promoção da cultura como produto e com a ajuda da animação com roteiros já pré-definidos e planificados com antecedência pelos operadores turísticos da ilha e comercializados aos operadores de cruzeiros, traduzindo numa mais-valia para o desenvolvimento do sector. Tendo como base todas as forças vivas da cultura e o património histórico poderão ser criados um plano de animação turística com recurso a cultura e que poderá ser direccionado ao sector de cruzeiros da ilha. Para que isso aconteça tem que se fazer o levantamento dos patrimónios que constituem os recursos primários para depois criar as actividades que traduzem nos recursos secundários. Como demonstra a figura a seguir:

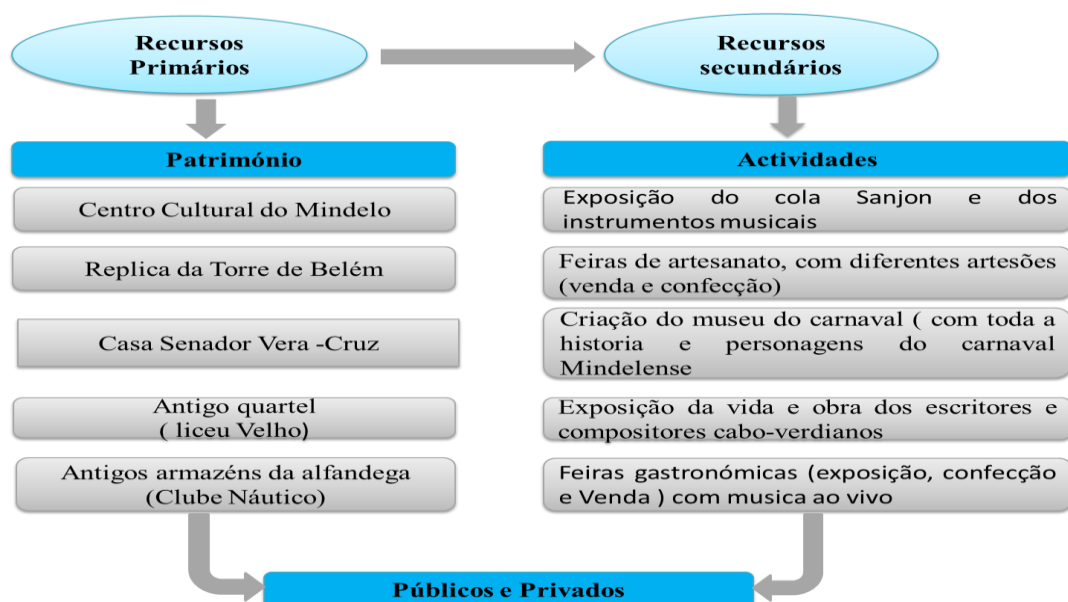


Figura 10-Plano de Animação

Fonte: Adaptado pelo autor

Foram escolhidos alguns patrimónios como grande importância, e que contribuíram para o desenvolvimento da cidade outrora, como é o caso do centro cultural do Mindelo, que antigamente funcionava como edifício da alfândega de São Vicente, dada a história que representou outrora na ilha, e pelo facto de ser um espaço agradável e acolhedor poderia ser utilizado para exposições temáticas das diferentes forças vivas que compõem a cultura Mindelense, como por exemplo, o Colá Sanjon e os instrumentos musicais entre outras actividades.

Os antigos armazéns da Alfândega que constitui uma das arquitecturas verdadeiramente antigas da cidade depois passou a ser o clube náutico do Mindelo e hoje encontra-se encerrado, pelo seu posicionamento em frente a Baía do Porto Grande e pela enorme capacidade de acolhimento de vários turistas poderia ser transformado em um espaço para realização de feiras gastronómicas com exposição dos produtos tradicionais da ilha e do país bem como a venda e confecção dos mesmos, acompanhados por música ao vivo que ajudaria na promoção dos artistas locais.

A Capitania dos Portos foi criada na tentativa de imitar a torre de belém de Lisboa, situada na rua Ship-chandlers vulgo Rua da Praia, que antigamente teve grande importância para o desenvolvimento da ilha, neste sentido seria apropriado para acolher uma das manifestações artísticas mais procurados pelos que visitam a ilha, que se traduz na feira do artesanato com exposição e venda dos produtos, composta por diversos artistas com criatividades distintas.

A Rádio Voz de São Vicente ou casa do Senador Vera Cruz, foi o primeiro Liceu Nacional de Cabo Verde e nos dias de hoje é considerado o museu de arte tradicional, composta por salas amplas e pátio espaçoso que poderia ser utilizado como o museu do carnaval, onde seriam expostos roupas e toda a história do carnaval Mindelense bem como as personagens que marcaram o carnaval da ilha.

O antigo quartel ou liceu velho como é conhecido por todos, foi uma das primeiras obras públicas realizadas em Mindelo e ao longo dos tempos foi utilizada para outros fins e nos dias de hoje é utilizado para fins educativos poderia ser utilizada para propagar a vida e obra dos escritores e compositores cabo-verdianos promovendo a

literatura crioula. E por outro lado poderiam dinamizar exposições com fotografias que demonstram o contraste do Mindelo de outrora e o actual.

Para que o plano tenha bases sustentáveis, há necessidade que este seja viável e esse projecto só poderá ser considerado viável se tiver como base investimentos públicos e privados para garantir a viabilidade do mesmo.

Dada ao carácter histórico desses edifícios poderão ser utilizados para o desenvolvimento de diferentes actividades de animação turística, pelo que devem ser conservados e monitorados.

Outro aspecto que se deve ter em consideração, é o tempo de escala dos cruzeiristas ao desenvolver qualquer tipo de animação direccionada a este sector dever-se-á levar em consideração o *timing* que é muito reduzido, e os profissionais ou a equipe que organiza as actividades de animação, devem ter a consciência que estas constituem experiências únicas e que as mesmas devem ser concebidas e geridas de forma a contribuir para que o acolhimento seja próprio, e que cada um se sinta especial e importante, e acima de tudo, deve-se transmitir a liberdade, para que cada pessoa esteja livre a participar em quaisquer actividades.

## Capítulo 6- Apresentação e Análise dos Resultados

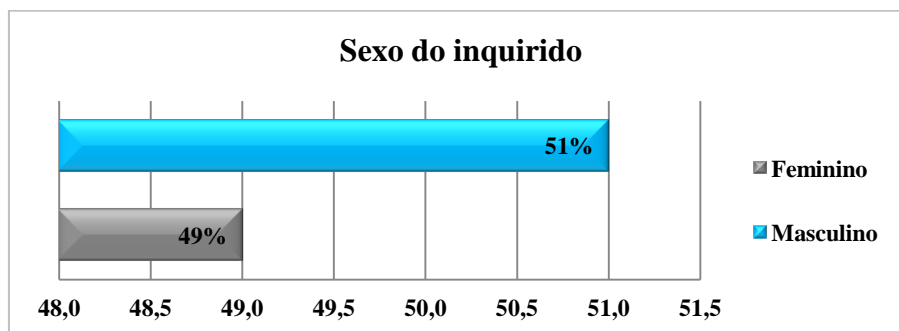
O presente capítulo, tem como objectivo apresentar a análise dos dados e dos resultados de pesquisa de campo com base nos questionários, com o intuito de conhecer a percepção e os contributos que a Animação turística tem para o desenvolvimento cultural direccionado ao turismo de cruzeiros da ilha de São Vicente.

O instrumento teve como objectivos gerar indicadores que permitissem responder a pergunta de partida estabelecida no início da pesquisa.

### 6.1 Caracterização da Amostra

Com a análise gráfica dos resultados, fez-se a caracterização sócio demográfica dos inquiridos quanto ao género, faixa etária e as entidades que o compõem.

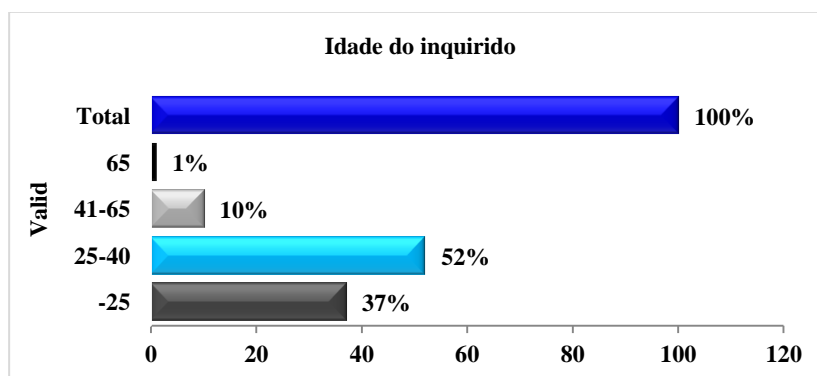
Gráfico 4- Distribuição dos inquiridos quanto ao género



Relativamente ao gráfico acima ilustrado, pode-se constatar que dos 100 inquiridos 51 % correspondem ao sexo masculino e 49% do sexo feminino, sendo que a diferença entre os mesmos é de 1%. Afirmando deste modo um considerável equilíbrio de género da amostra, visto que apresenta uma diferença mínima entre as percentagens.

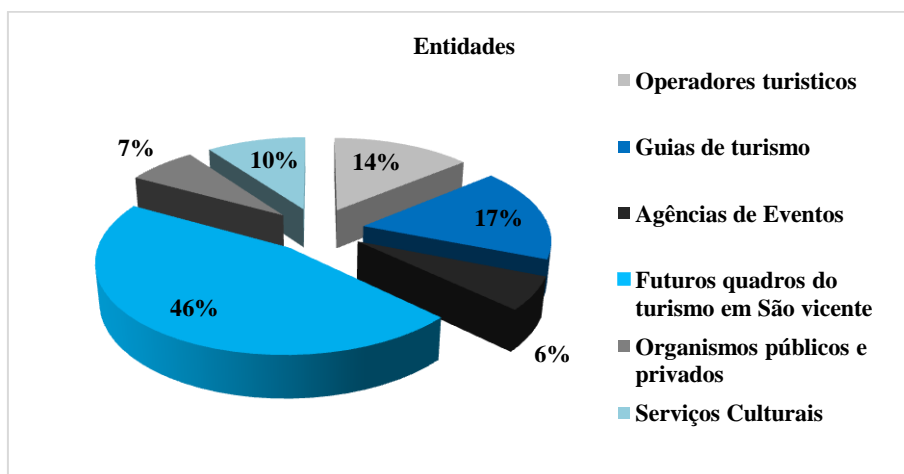


Gráfico 5- Caracterização da faixa etária dos inquiridos



A maioria dos inquiridos correspondente a 52%, encontra-se entre a faixa etária dos 25 à 40 anos, visto que o grosso dos questionários foram aplicados aos futuros quadros de turismo e aos guias, com uma minoria equivalente a 1 % na faixa etária dos 65 anos.

Gráfico 6- Caracterização da amostra quanto as entidades que compõem a amostra

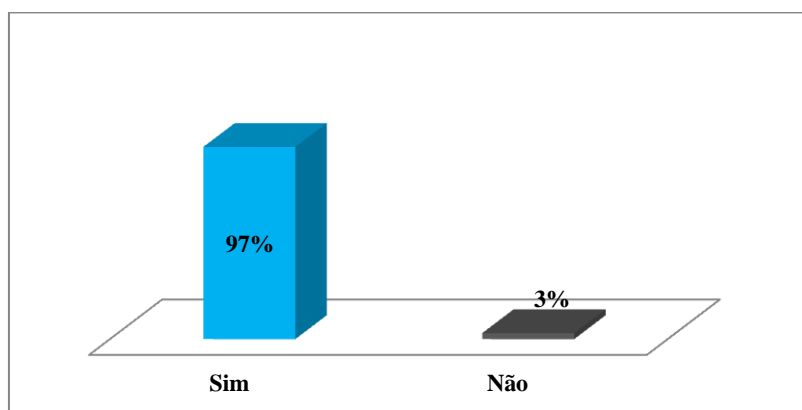


Tendo em consideração o gráfico acima, pode-se constatar que dos 100 inquiridos 46% corresponde aos futuros quadros do turismo, constituiu o universo da amostra por serem detentores de ferramentas que futuramente poderão ser cruciais para a mudança do cenário existente em torno da animação turística em São Vicente, 17% corresponde ao total de guias inquiridos uma vez que estes desempenham um papel importante para o desenvolvimento do turismo no país e por estarem em contacto directo com os cruzeiristas que escalam o porto, 14% foram aplicados aos operadores turísticos ou

Agências de Viagens por serem considerados um meio de extrema importância na comercialização dos pacotes turísticos aos clientes finais, 10% da amostra foi composta pelos serviços culturais considerados de grande relevância para a experiência turística dos visitantes e a minoria dos questionários corresponderam aos organismos públicos e privados com 7% distribuídos pela (Câmara Municipal, DGT, CI, Administração dos Portos, a 3 C, Câmara de Comércio, Ministério da Cultura) e por último com 6% as Agências de Eventos que de alguma forma dinamizam a recepção dos cruzeiros

## 6.2 Caracterização da Animação Turística em São Vicente

Gráfico 7- Animação como elemento de diferenciação de um destino



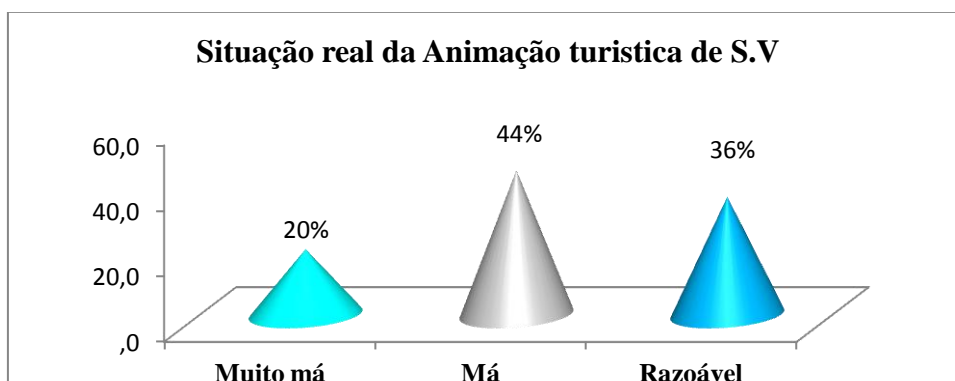
Como demonstra o gráfico acima, a maioria dos inquiridos que corresponde a 97% da população afirmam, que a animação pode ser considerada um elemento de diferenciação do destino o que nos leva a concluir uma das hipóteses criadas para dar resposta a pergunta de partida do trabalho, uma vez que com o desenvolvimento de actividades tipicamente cultural no destino, vai nos permitir diferenciar a oferta face a outros destinos mesmo que apresentem características similares. Contudo uma minoria correspondente a 3% da população defendem que, a animação não pode ser considerado um elemento de diferenciação do destino, Através do quadro abaixo ilustrado demonstra a justificativa a pergunta inicial deste modo dos 97% dos inquiridos, a maioria que condiz a 33% afirma que a animação pode ser um elemento de diferenciação de um destino, na medida em que proporciona experiências únicas com recurso a cultura e a todos os aspectos que o diferenciam da concorrência, enquanto 32% responderam que, valoriza a capacidade da oferta e influência na tomada de decisão, 22 % declara que

cada destino tem características culturais que a diferencia dos restantes destinos e uma minoria que equivale a 2% afirma que sim, porque as atracções e as animações é que definem os destinos, já os 3% que responderam que a animação turística não pode ser considerado um elemento de diferenciação dos destinos, 2% justificaram que, podem ter dois destinos que apresentam a mesma animação mas porém possuem características diferentes e 1% afirma que, as animações não diferenciam o destino mas sim as atracções que ele possui. Demonstrando deste modo que a maior parte que compõem a amostra afirma que, apostando na animação turística poder-se-á desenvolver o turismo de uma forma em geral e contribuir sem dúvida numa mais-valia para o sector de cruzeiros da ilha de São Vicente.

**Tabela 4-Justificativa do gráfico 7**

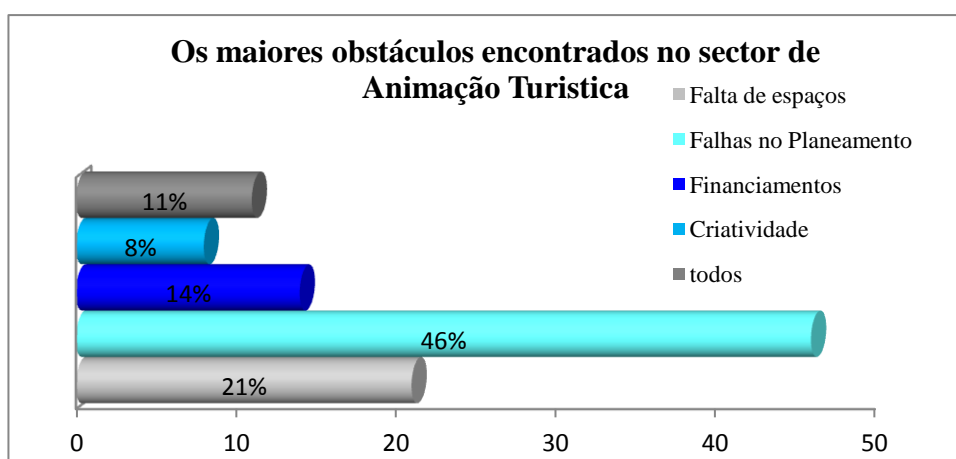
<b>A A.T pode ser considerada um elemento de diferenciação dos destinos? Justifica a sua resposta</b>	<b>Percentagens (%)</b>
Proporciona experiências únicas com recurso a cultura e a todos os aspectos que diferenciam da concorrência	33%
Cada destino tem características culturais próprias que diferencia dos restantes destinos	22%
Atrai os turistas e contribui para sua fidelização	8%
As atracções e as animações que definem os destinos	2%
Valoriza a capacidade da oferta e influencia na tomada de decisão	32%
A animação não diferencia o destino mas sim os atracções que possui	1%
Podem ter dois destinos com animações iguais e com características diferentes	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8- Situação real da animação turística em São Vicente



De acordo com os dados recolhidos, a maioria dos inquiridos que equivale a 44% da população avalia a animação turística em São Vicente como sendo Má, o que demonstra que este sector apresenta lacunas que merecem especial atenção, já 20% caracteriza-o negativamente como sendo muito má, enquanto 36% dos inquiridos estima que o sector não é na sua totalidade negativa mas também não pode ser considerado satisfatório permanecendo no meio-termo, podendo concluir a necessidade de apostar na diferenciação da oferta com base em actividades de animação turística que possam colmatar a procura e o crescente aumento do sector de cruzeiros da ilha.

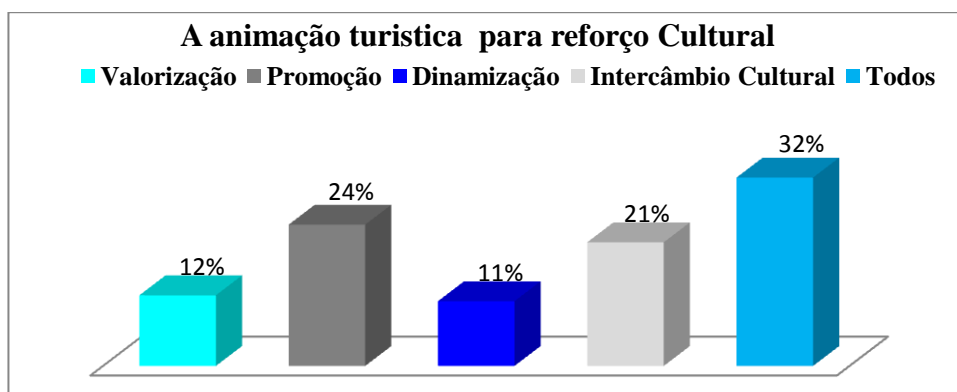
Gráfico 9- Os obstáculos encontrados no sector de A.T em S.V



No que tange aos obstáculos encontrados no sector de animação turística de São Vicente a maior parte dos inquiridos que equivale a 46% da amostra afirma que os maiores obstáculos encontrados em torno da animação turística da ilha traduz em falhas no planeamento visto que a maioria das actividades realizadas na ilha não possuem uma

planificação prévia como forma de minimizar as lacunas neste sector, 21% da amostra responderam que há necessidade de espaços para o desenrolamento de actividades de animação, 14% defende a carência de investimentos que possam incentivar a população a investir neste sector, 11% assegura que existem obstáculos a todos os níveis e a minoria que condiz a 8% assegura a falta de criatividade. Com este cenário leva-nos a concluir que o mercado está bastante dividido no tocante às variáveis apresentadas, o que fundamenta o apontar da maioria em falhas no planeamento que acabam por acarretar as restantes variáveis.

Gráfico 10- A.T para o reforço Cultural



No que concerne à contribuição que animação turística pode trazer para o reforço cultural, pode-se constatar no gráfico 10, que 32% dos inquiridos indicam que animação contribui através da valorização, promoção, dinamização e também através do intercâmbio cultural, o que demonstra a grande importância que a animação desempenha no destino para além de diferenciar a oferta, ainda contribui para conservação da identidade de um povo, 24% da amostra defende que a animação promove a cultura de São Vicente noutros países, 21% dos inquiridos defendem que a animação permite o reforço cultural no que tange ao intercâmbio entre visitante e o visitado, 12% aponta a valorização como sendo o principal factor do reforço cultural e 11% correspondente à dinamização.

Tabela 5- Papel da cultura para o desenvolvimento do T.C

Qual o papel que a cultura tem para o desenvolvimento do turismo de cruzeiro?	Percentagens (%)
Conhecimentos de hábitos e costumes que são característicos do destino e deste modo valorizar a imagem do destino	5%
Factor de diferenciação da oferta e estimula a procura do destino	19%
Divulgação da ilha e construção da imagem do destino e consequentemente aumentar o fluxo de cruzeiros	22%
Diferenciação face a outros destinos	2%
Papel Dinamizador da cultura e Economia local	12%
Valorização da identidade cultural, dinamiza o sector negócio e venda	37%
Divulgação da identidade cultural e construção da imagem do destino	3%
Total	100%

No tocante ao papel da cultura para o desenvolvimento do turismo de cruzeiro a maioria dos inquiridos que equivale a 37% afirma que desempenha um papel importante na medida em que permite a valorização da identidade cultural e dinamiza o sector de negócio e venda, 22% defende que permite a divulgação da ilha e a construção da imagem do destino e consequentemente aumentar o fluxo de cruzeiros na ilha, 19% aponta que a cultura é um factor de diferenciação da oferta e estimula a procura do destino, 12% afirma que tem um papel dinamizador da cultura e da economia local, enquanto que 5% defende que permite conhecer os hábitos e costumes que são característicos do destino e deste modo valoriza a imagem do destino, uma minoria que equivale a 2% que a cultura contribui para diferenciação face a outros destinos. Da análise do quadro leva-nos a concluir que a cultura se traduz num factor de extrema importância tanto para a comunidade local, como para o turismo de cruzeiro e experiência dos excursionistas, mas também com a análise do quadro, demonstra que

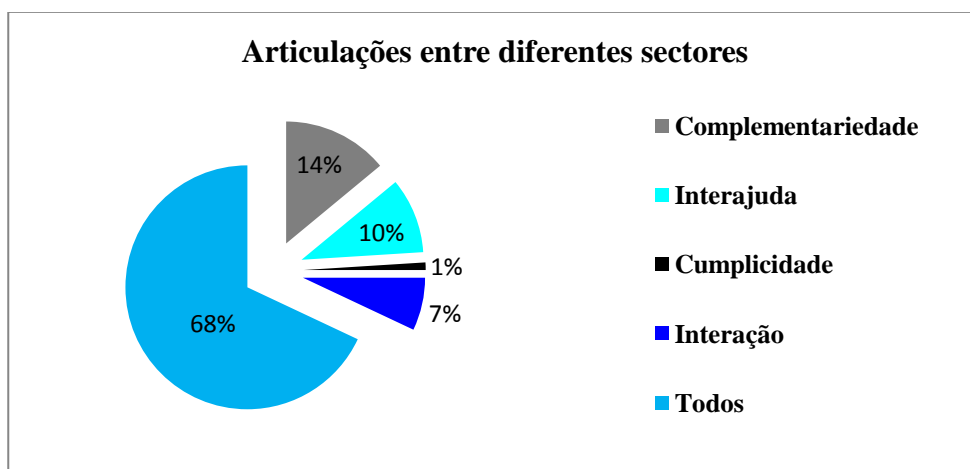
poderá trazer vários benefícios mas ainda pouco se tem feito para torná-lo num produto vendável e dinamizar o sector de cruzeiros da ilha.

**Tabela 6- Importância que a A.T tem para o desenvolvimento local**

<b>Qual a importância que a animação turística tem para o processo de desenvolvimento local?</b>	<b>Percentagens (%)</b>
Gera um crescimento económico	2%
Estimula a produção	2%
Estimula a capacidade de empreendedorismo e criatividade	8%
Valorização da cultura, empregabilidade da população local	13%
Desenvolve as comunidades receptoras, preserva a tradição, promove a fidelização	43%
Meio de publicitação do destino	1%
Geração de emprego, dinamização do local, aumento do fluxo de pessoas e dinheiro	17%
Ajuda a fomentar o empreendedorismo, valorização e promoção da cultura local	14%
Total	100%

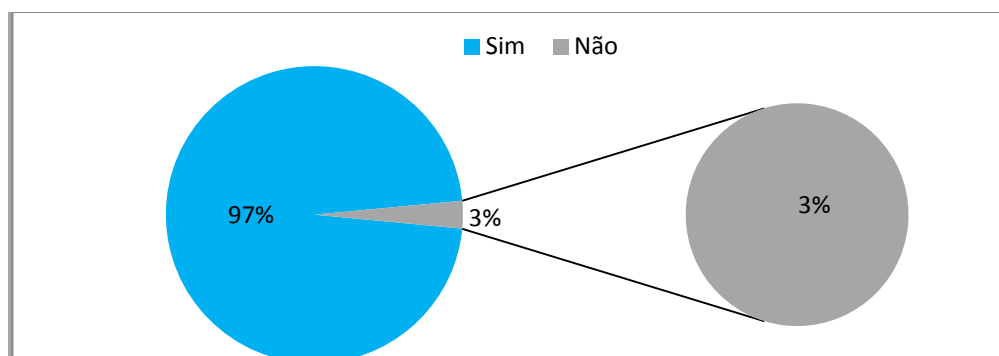
Na tabela acima pode-se constatar que dos 100 inquiridos, a maior parte que equivale a 43% afirma que, a animação desempenha um papel importante para o processo de desenvolvimento local uma vez que, desenvolve as comunidades receptoras, preserva a tradição e também promove a fidelização, 17% assegura que a animação gera empregos, promove a dinamização do local, aumenta o fluxo de pessoas e dinheiro, 14% certifica que ajuda a fomentar o empreendedorismo, valorização e promoção da cultura local, 13% defende que, permite a valorização da cultura e a empregabilidade da população local e uma minoria que condiz a 1% afirma que a animação é um meio de publicitação do destino. Com análise dos valores leva a constatar que a população encontra-se ciente dos benefícios que a animação turística poderá trazer para ilha tanto a nível económico, cultural, bem como a melhoria das condições da população local.

Gráfico 11- Articulações entre diferentes sectores



De acordo com a leitura do gráfico 11, a maioria dos inquiridos que condiz a 68% da população, assegura que para o desenvolvimento da animação turística direccionada ao turismo de cruzeiros de São Vicente é necessária a existência de complementariedade, interajuda, a cumplicidade e interacção de todos os intervenientes do sector turístico da ilha de São Vicente para que este possa ter um desenvolvimento sustentável, mas por outro lado 14% afirma que, a complementariedade é o factor chave para o desenvolvimento, 10% aponta que a interajuda traduz numa mais-valia para o sector, seguidamente 7% aposta na interacção e a minoria que corresponde a 1% aponta a cumplicidade como um elemento capaz de contribuir para o desenvolvimento do sector de animação. O que nos leva a concluir que existe uma grande preocupação do mercado em engajar as sinergias de forma a desenvolver uma oferta com base na animação turística, contribuindo para dinamização do sector de cruzeiros, de forma mais coeso e sustentável.

Gráfico 12- Contribuição da A.T para o desenvolvimento do T.C de São Vicente



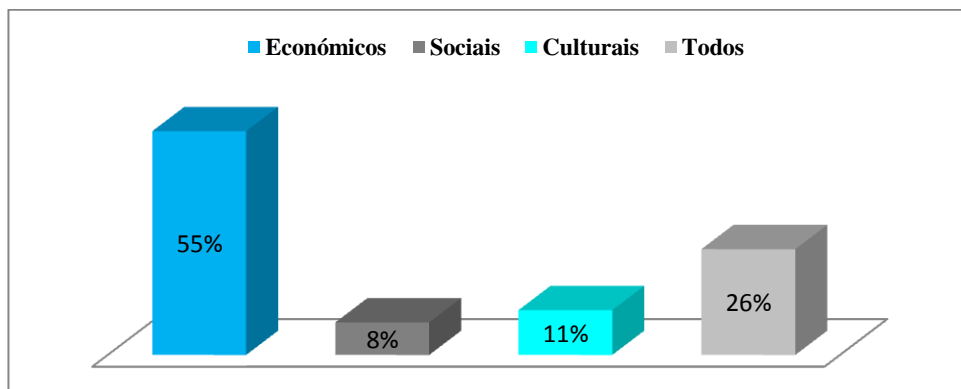


Relativamente aos contributos que a animação turística pode trazer para o turismo de cruzeiros pode-se observar na figura acima ilustrada que em suma 97% da amostra afirma que a animação é um factor capaz de desenvolver o turismo de cruzeiro da ilha de São Vicente, uma vez que vai permitir uma organização planificada de actividades, que levará a maior atractividade do destino, e que poderá deste modo contribuir para experiência turística e promover a satisfação dos turistas e consequentemente promover a imagem do destino, gerando um valor acrescentado sobre o produto oferecido, de acordo com a tabela abaixo a maioria dos inquiridos que escolheram a opção Sim equivalente a 39% consideram que a animação torna o destino mais atractivo e complementa a estadia dos excursionistas, 34% afirma que, proporciona uma diferenciação da oferta e torna o destino mais competitivo, 20% assegura que, a animação contribui para o desenvolvimento do T.C na medida em que estimula a procura do destino e 5% garante que gera um valor acrescentado sobre o produto oferecido mas 3 % da população em estudo defendem que o turismo de cruzeiros não esta dependente da animação turística para o seu desenvolvimento, visto que até então o turismo de cruzeiro em São Vicente não estaria como está hoje. Como pode-se observar na figura abaixo ilustrado:

**Tabela 7- Justificativa do gráfico 12**

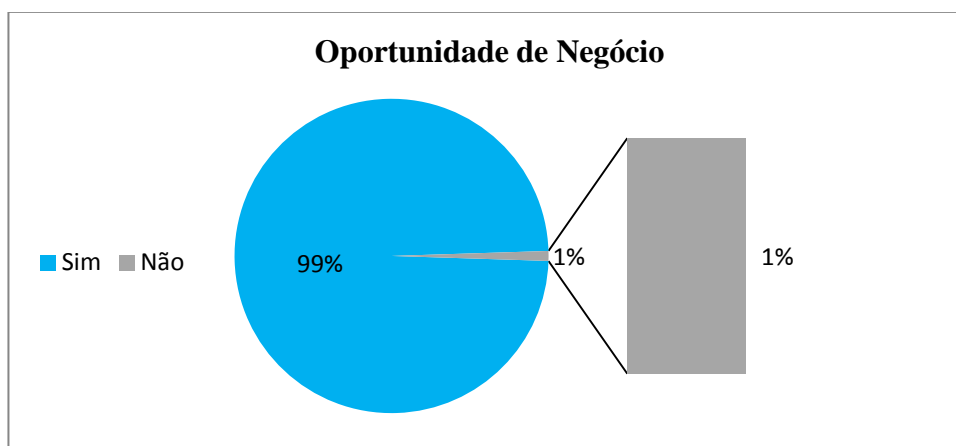
<b>A A.T pode ser considerada um contributo para o desenvolvimento do turismo de cruzeiros da ilha? Justifica a opção escolhida?</b>	<b>Percentagens (%)</b>
Estimula a procura do destino	20%
Proporciona uma diferenciação da oferta e torna o destino mais competitivo	34%
Torna o destino mais atractivo e complementa a estadia dos excursionistas	39%
Gera um valor acrescentado ao produto oferecido	5%
O sector de cruzeiro não esta dependente do sector de A.T para o seu desenvol.	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico 13- Benefícios do T.C para S.V



No que concerne aos benefícios que o sector de cruzeiros pode trazer para ilha de São Vicente, 26% da população defende que o desenvolvimento do turismo de cruzeiros pode gerar tanto benefícios económicos que são concebidos através dos gastos efectuados no destino, como sociais e culturais que contribuem para valorização da identidade cultural da ilha, mas 55% da amostra afirma que o turismo de cruzeiros, traz para a ilha impactos meramente económicos, enquanto 11% da amostra defende que traz apenas impactos culturais e a minoria que equivale a 8% da amostra aponta que os principais benefícios são sociais. Da análise dos resultados nesta questão pode-se constatar que existe uma consciência dos benefícios económicos que só será possível com o desenvolvimento planificado do sector de cruzeiros, causando assim grandes impactos socioculturais e consequentemente uma maior consciencialização da actividade turística.

Gráfico 14- Oportunidades de Negócio



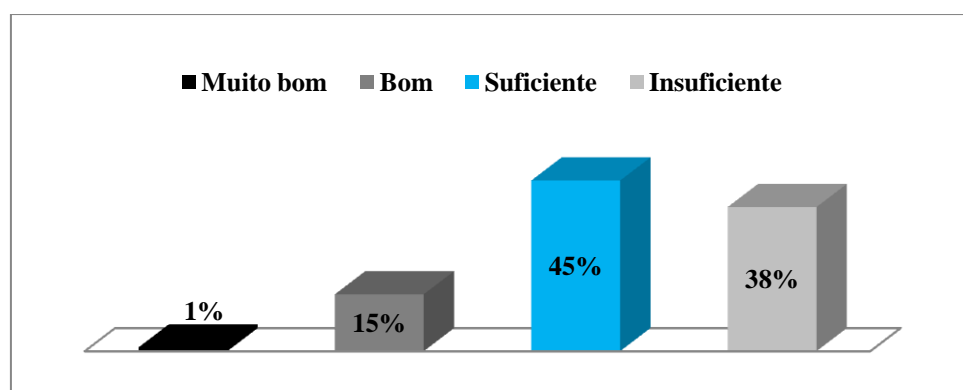
De acordo com os dados da pesquisa apresentados no gráfico acima, pode-se analisar que a grande maioria que equivale a 99% dos inquiridos avaliam a animação no que concerne ao sector de cruzeiros, como uma grande oportunidade de negócios na medida em que vai permitir gerar receitas e desenvolver a economia local, do total da amostra que responderam sim á questão 58% defende que traz oportunidade de negócio, na medida em que gera a criação de empregos directos e indirectos, desenvolve a capacidade do empreendedorismo dos locais, 26 % justificou que permite a oportunidade de venda e negócio, 15% fundamentou que é considerada uma oportunidade de negócio, uma vez que gera receitas e incentiva o desenvolvimento de economias criativas, já 1% da população afirma que a animação turística não traz quaisquer tipos de oportunidade de negócio, defendendo que o sector de cruzeiro rende para os que vendem os pacotes e quaisquer tipo de animação criada por pessoas individuais ou grupo é vista como um entrave aos pacotes pré programados pelos operadores turísticos, o que a meu ver ,essas iniciativas não constituem um entrave mas sim estimulam o empreendedorismo fomentando oportunidades de negócios. Como pode-se observar no quadro abaixo:

Tabela 8 -Justificativa do gráfico 14

<b>A A.T no sector de cruzeiros pode ser considerada uma oportunidade de negócio? Justifica a sua opção?</b>	<b>Percentagens (%)</b>
Gera a criação de empregos directos e indirectos, desenvolve a capacidade de empreendedorismo dos locais.	58%
Criação de oportunidade de venda e negócio por parte dos locais	26%
Gera receitas e incentiva o desenvolvimento de economias criativas	15%
O sector de cruzeiro rende para os que vendem os pacotes e animação pode ser vistas como uma concorrência	1%
Total	100%

### 6.3 Avaliação do Turismo de Cruzeiros da ilha de São Vicente

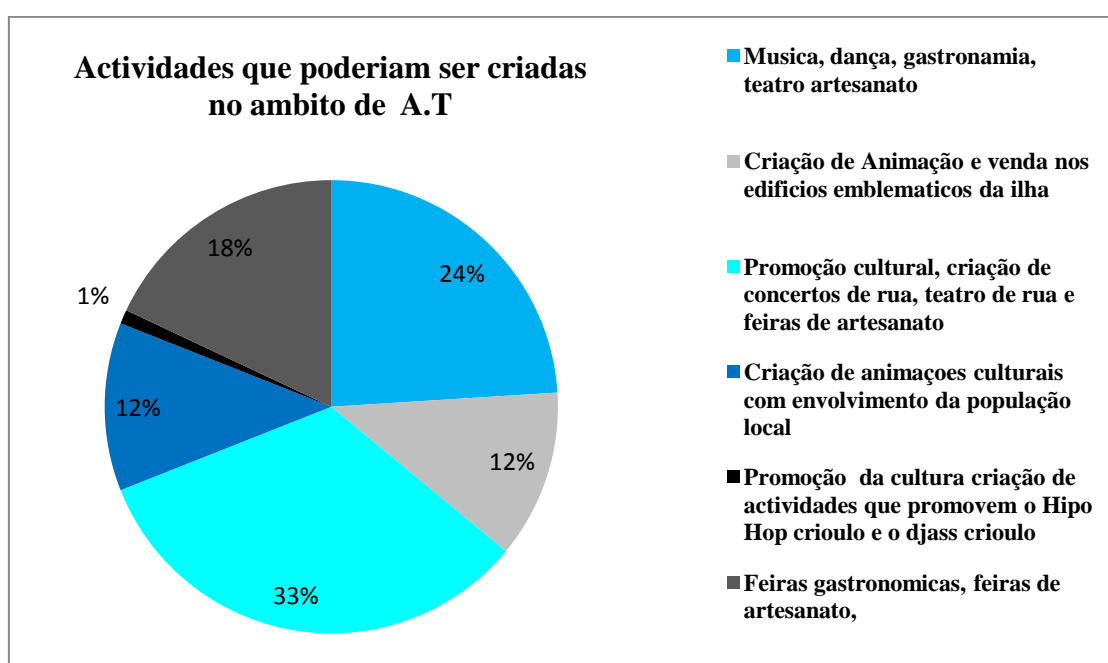
Gráfico 15- Avaliação das actividades de cruzeiro em S.V



Relativamente a avaliação da actividade de cruzeiros da ilha de São Vicente pode-se observar no gráfico 15, que dos 100 inquiridos, 45% assegura que a actividade encontra-se numa categoria suficiente, 38% defende que ainda a actividade de cruzeiros em São Vicente é considerada insuficiente, 15% da amostra classifica-o como sendo Boa, e uma minoria que equivale a 1% da amostra certifica que a actividade de cruzeiros em S.V é muito boa, podendo concluir que a actividade de cruzeiros é um sector que tem vindo a desenvolver, tendo em consideração a realidade do turismo de cruzeiros em São Vicente, merecendo uma avaliação positiva visto que, é um sector que tem vindo a aumentar anualmente, embora apresente algumas fragilidades, tais como a

falta de uma terminal de passageiros, maior número de postos de informação turística, aperfeiçoamento das atracções e actividades direccionados aos cruzeiristas, melhoramento das vias de acesso e as condições de saneamento, mas contudo relativamente aos mercados exteriores pode ser classificado como sendo insuficiente. Os números apontam que, há necessidade de desenvolver um trabalho de base de forma a aumentar a fasquia da avaliação no tocante a actividades de cruzeiros em São Vicente.

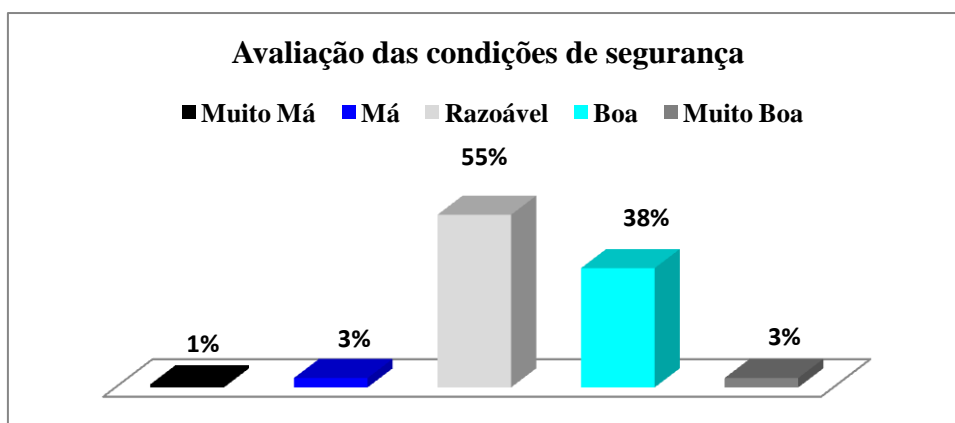
Gráfico 16-Actividade que poderiam ser criadas no âmbito A.T



No que diz respeito as actividades que poderiam ser criadas no âmbito da animação turística como contributo para o desenvolvimento cultural, dos 100 inquiridos, 33% defende a promoção cultural, criação de concertos de rua, teatro de rua e feiras de artesanato, 24% afirma que deveriam ser criadas animações culturais com base na música, dança, gastronomia, teatro e artesanato, 18% defende a necessidade de criação de feiras gastronómicas, feiras de artesanato como forma de promover a cultura, 12% afirma a necessidade do envolvimento da população local, outros 12% expõe a necessidade da criação de animação e venda nos edificios emblemáticos da ilha, como forma de valorizar o centro histórico, e uma minoria que equivale a 1% defende a promoção da cultura através da criação de actividades que promovem o Hip Hop e o

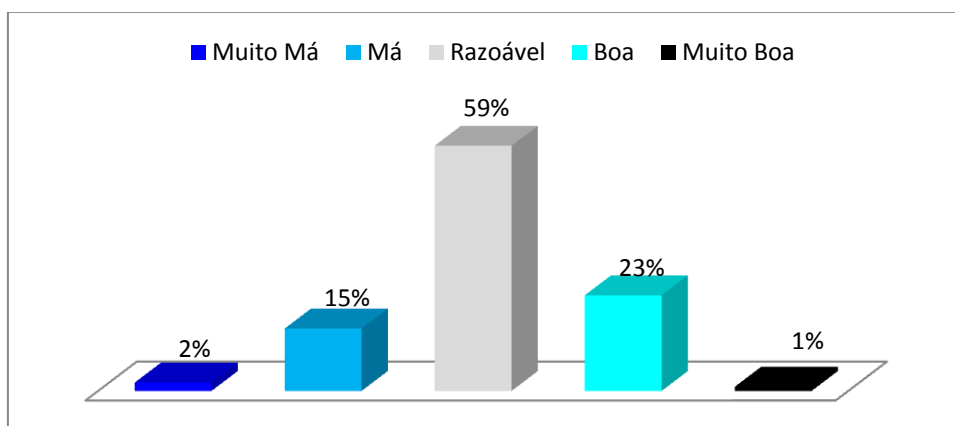
jazz crioulo. A análise do gráfico leva a concluir que a ilha possui um variado leque de actividades de carácter cultural, que poderiam ser programadas de forma a aumentar a disponibilidade da oferta visto que, esta é avaliada como pouco diversificada relativamente ao sector de cruzeiros uma vez que a ilha oferece apenas excursões dentro e fora da cidade, enquanto que poderiam vender um variado leque de animações, mas também torna-se de extrema importância ter em consideração o tempo de escala dos cruzeiristas.

Gráfico 17- Condições de Segurança



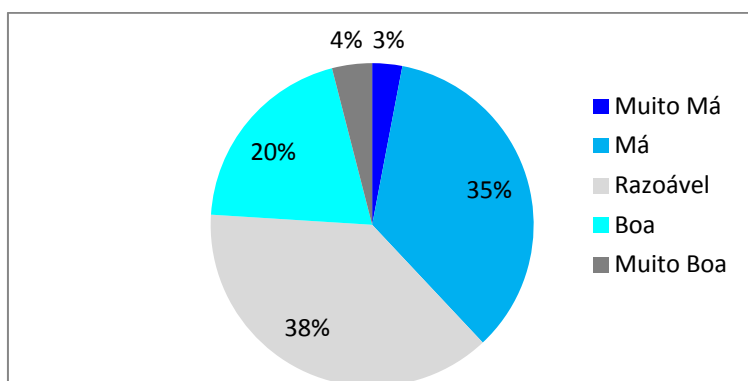
No tocante a avaliação das condições de segurança em São Vicente oferecida aos cruzeiristas que escalam o porto, mais de metade dos inquiridos que condiz a 55%, avalia-os como sendo razoável, 38% estima que São Vicente enquanto destino oferece boas condições de segurança, 3% da amostra corresponde a opção muito boa mas outros 3% avalia-as como sendo má e 1% como sendo muito má. Segundo os dados apresentados no gráfico 17 pode-se concluir que, a ilha de S.V de certa forma pode ser classificada como um destino seguro.

Gráfico 18- Avaliação dos meios de transporte



No que se refere a avaliação dos meios de transporte utilizados pelos cruzeiristas no destino, grande parte dos inquiridos que equivale 59%, avalia os meios de transporte como sendo razoáveis, 23% avalia-os como sendo boas, 15% como sendo más, 2% como sendo muito más e 1% como sendo muito boas, o que nos leva a concluir que os transportes utilizados não possuem grandes qualidades para realização das visitas no destino, direccionadas a satisfação das necessidades dos cruzeiristas, mas porém não se pode classificá-los como sendo más mas contudo mostra a necessidade de melhorias neste sector.

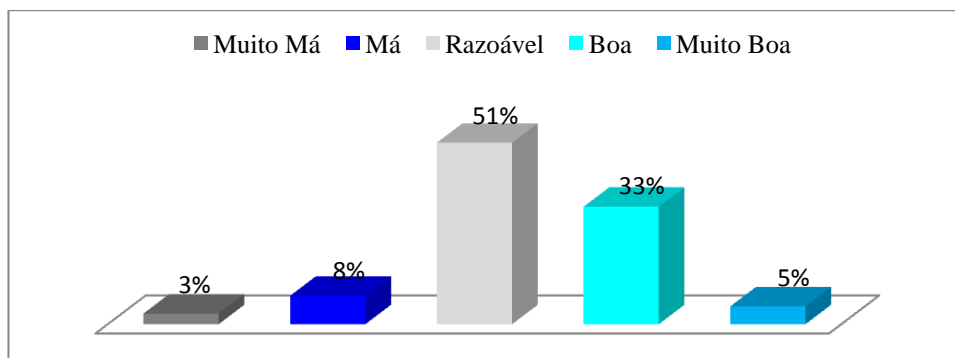
Gráfico 19- Avaliação das excursões em terra



No que concerne a avaliação das excursões em terra a maioria dos inquiridos que condiz a 38% classifica-os como sendo razoáveis, logo de seguida a opção má que equivale a 35% da amostra, 20% define-os como boas, 3% como muito más e 4 % que corresponde a opção muito boa. Podendo concluir que em suma, uma boa fatia da população classifica as excursões negativamente, 38% afirma que não são nem boas e nem más,

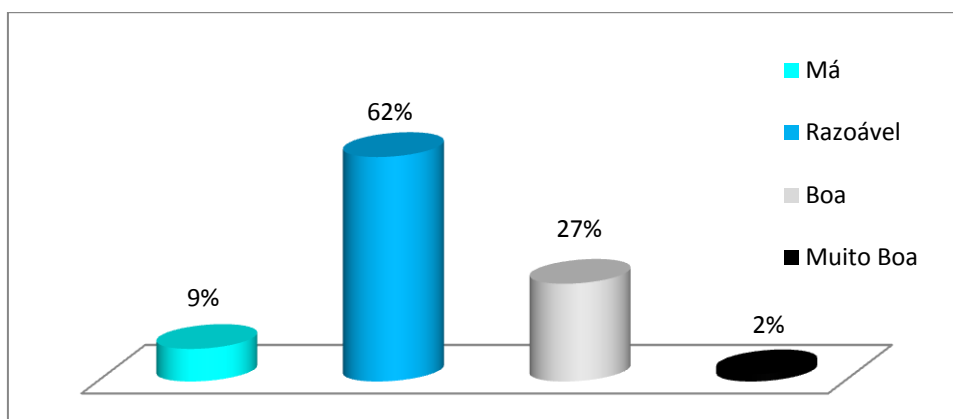
permanecendo no meio-termo e 24% da amostra qualifica as excursões de forma positiva, demonstrando claramente que as excursões carecem de melhorias como forma de enriquecer a oferta e consequentemente aumentar a procura do sector.

**Gráfico 20- Avaliação das condições portuárias**



Segundo os dados recolhidos, é igualmente notório que a população da nossa amostra que equivale a 51% é de opinião que as condições portuárias da ilha de São Vicente face ao turismo de cruzeiros são consideradas como sendo razoáveis, 38% dos inquiridos classifica-os de forma positiva e 11% negativamente. Sendo o turismo uma actividade que cresce na velocidade de cruzeiros com alto grau de exigências, o destino SV não pode ser classificada como razoável relativamente as condições portuárias, levando a tomada de atitude por parte das entidades competentes justificando deste modo a necessidade de criação de uma terminal de cruzeiros.

**Gráfico 21- Avaliação das Condições de Higiene em S.V**

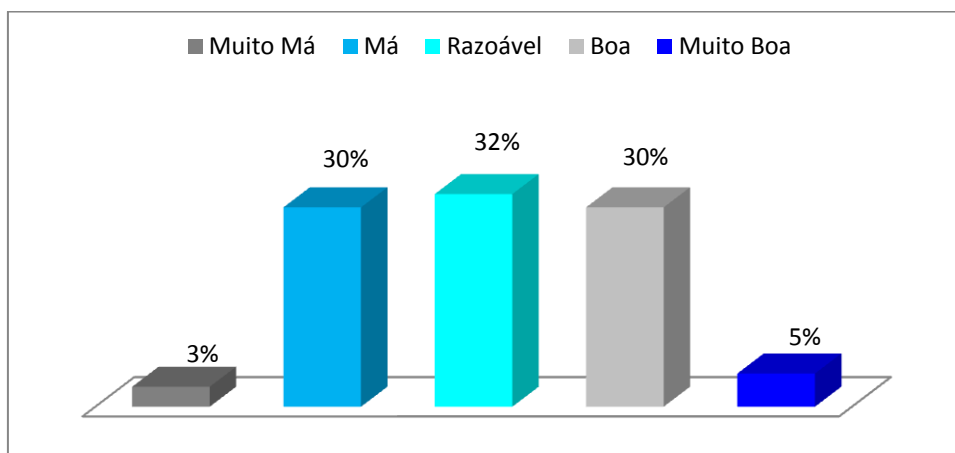


De acordo com os dados da pesquisa a maioria dos inquiridos que corresponde a 62% da amostra como sendo razoáveis, 27% como sendo boas e 9% correspondente a opção



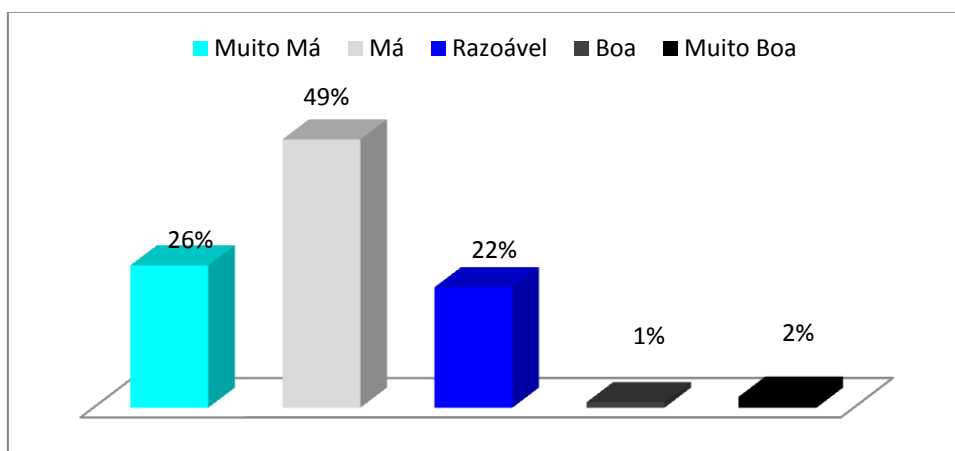
Má e uma minoria de 2% que equivale a opção muito boa, o que nos leva a concluir que quanto as condições de higiene, a população do estudo classificou-os de forma positiva.

Gráfico 22- Receptividade por parte dos Mindelenses



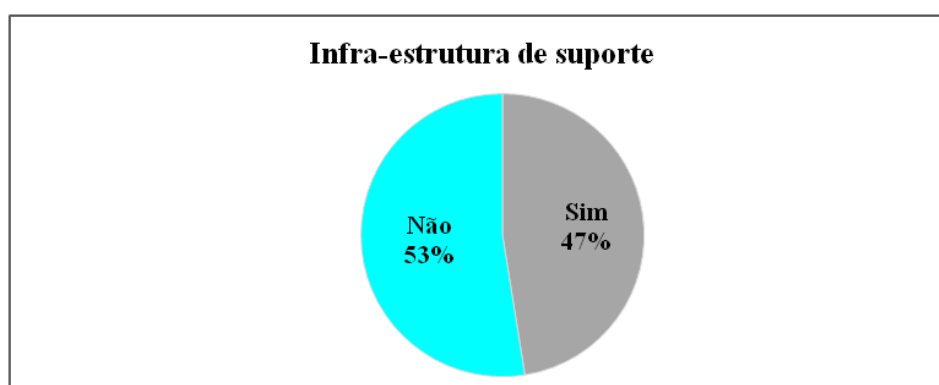
De acordo com os dados extraídos do questionário, pode-se analisar no gráfico 22 que corresponde a receptividade por parte dos Mindelenses, em que a maioria dos inquiridos com 32% classifica como sendo razoáveis, seguidamente apresenta um considerável equilíbrio entre a opção má e a opção boa possuindo a mesma percentagem que corresponde a 30%, seguidamente a opção muito boa com 5% e depois a opção muito má com 3%. O que nos leva a concluir que quanto a receptividade, a um equilíbrio razoável no que concerne a percepção dos Mindelenses face ao sector de cruzeiros, embora ainda necessite duma maior sensibilização da população para os benefícios que este sector poderá trazer para o país.

Gráfico 23- Avaliação da informação Turística



No tocante a avaliação da informação turística, a maioria dos inquiridos que equivale a 49% avaliam informação turística como sendo má, 22% classifica-os como sendo razoável, enquanto 26% dos inquiridos responderam que a informação turística em São Vicente é muito má, 2% avalia-os como muito boa e apenas 1% respondeu que animação é boa, tendo em consideração os dados torna-se notável a necessidade de apostar mais na criação de postos de informação turística no destino.

Gráfico 24- Avaliação das infra-estruturas de suporte em S.V



De acordo com os dados recolhidos do questionário a maioria dos inquiridos, que condiz a 53% da amostra, afirma que a ilha de São Vicente não possui infra-estruturas de suporte capazes de sustentar a procura do turismo de cruzeiros e 47% respondeu que em termos de infra-estrutura possui todas as condições para suportar a actividade turística.

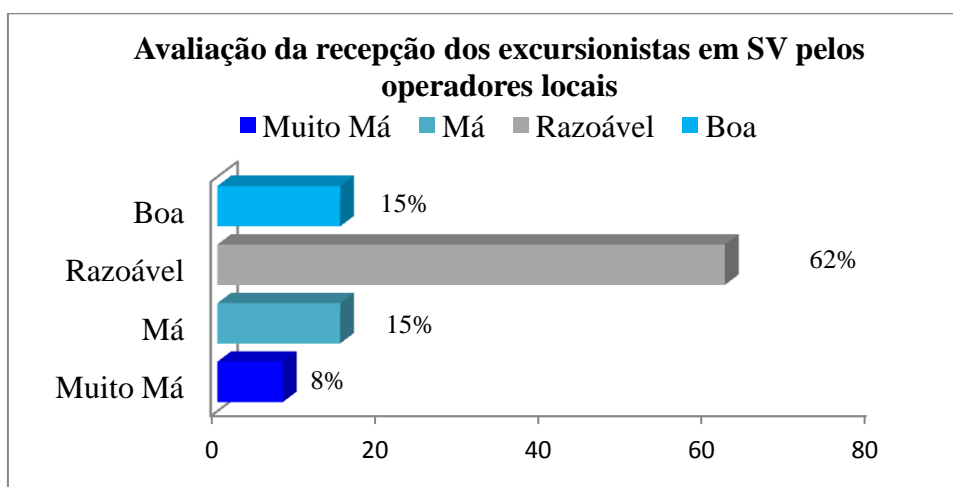
Tabela 9- Justificativa do gráfico 24

Se não quais seriam infra-estruturas de suporte considerados fundamentais?	Percentagens (%)
Melhorias das condições portuárias, melhoria das estradas.	<b>4%</b>
Criação da terminal de cruzeiros, melhoria da sinalização turística, mais postos de informação, melhoria das estradas, transportes bem equipados e melhoria do património histórico e cultural.	<b>46%</b>
Estabelecimentos comerciais com maior disponibilidade e criação de mais postos de informação.	<b>1%</b>
Formação para os guias, mais postos de informação, museus, patrimónios restaurados, centros de animação.	<b>1%</b>
Melhoria do saneamento nos lugares de excursões.	<b>1%</b>
Missing.	<b>47%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Dos 53% da amostra que optaram pela opção Não, a maior parte que equivale a 46% responderam que para o desenvolvimento do turismo de cruzeiros em São Vicente, torna-se fundamental a criação de condições favoráveis, como tal, a criação de uma terminal de cruzeiros, melhoria da sinalização turística na ilha, mais postos de informação, melhoria das estradas, transportes bem equipados e melhoria do património histórico e cultural, 4% defende a necessidade de melhoria das condições portuárias e os outros 3% atribuíram maior atenção a necessidade de haver estabelecimentos comerciais com maior disponibilidade, criação de mais postos de informação, formação de guias, restaurar os museu e patrimónios, criar centros de animação e também a melhoria do saneamento nos lugares de excursões mas por outro lado 47% que correspondem a opção Missing alegam que em São Vicente existe infra-estruturas de suporte capazes de sustentar a procura do turismo de cruzeiros, neste sentido, não houve resposta a pergunta solicitada. Deste modo leva a concluir que dos 100 inquiridos mais da metade da amostra demonstra que o sector de cruzeiros em S.V ainda necessita de melhorias e todas as respostas partem de problemas já detectados que se resolvidos constituirão

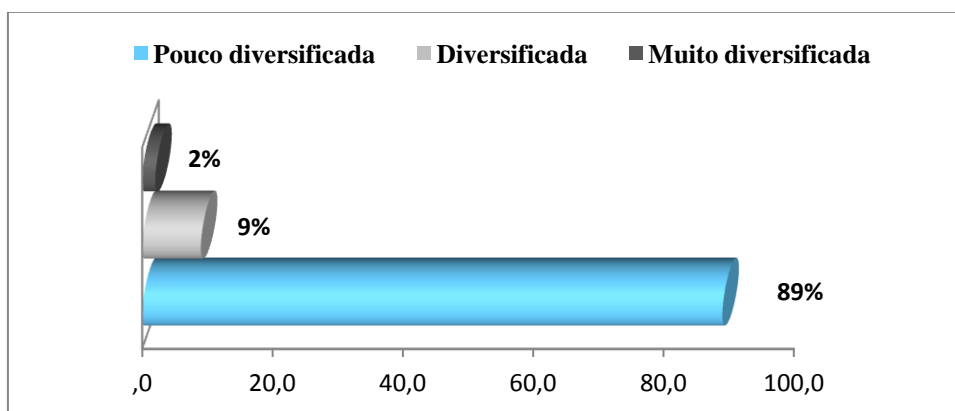
numa mais-valia tanto para os excursionistas bem como a população local. Realçando a constante preocupação dos inquiridos no tocante a necessidade de criação de postos de informação turística, bem como a criação do terminal de cruzeiros. Afirmando deste modo que existe uma diferença de 6% no que concerne as duas variáveis sim e não.

Gráfico 25- Avaliação da recepção dos excursionistas em S.V pelos operadores locais



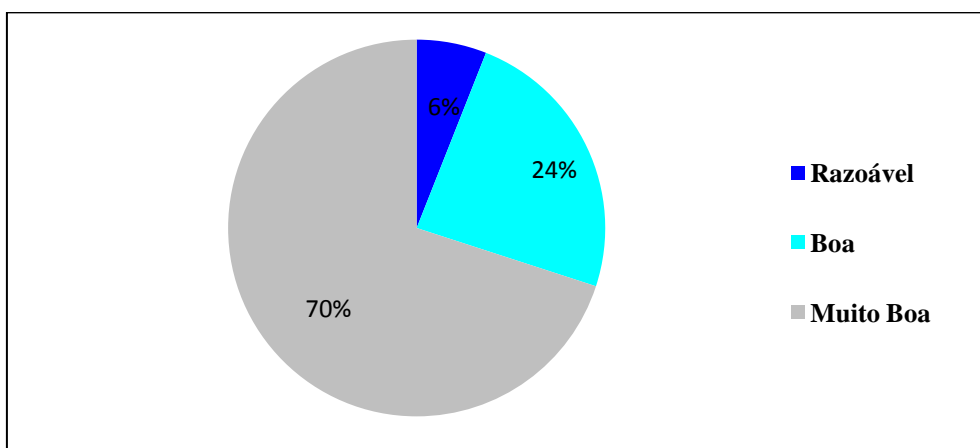
Quanto a avaliação da recepção dos excursionistas em São Vicente maioria dos inquiridos resultante de 62% da amostra classifica como sendo razoável, 8% como muito má e os restantes 30 % ficaram divididos, com 15% considerado boa e 15% considerando-a má, de um modo geral a recepção dos excursionista não é classificada apenas negativamente, o que leva a dizer que já possui um começo, mas demonstra a necessidade de apostar mais neste sector criando actividades que possam *a priori* cativar ou despertar interesse dos cruzeiristas logo na chegada podendo de certa forma promover o intercambio entre os quem visitam e o local a ser visitado.

Gráfico 26- Disponibilidade da oferta



No tocante a disponibilidade da oferta pode-se observar através do gráfico acima ilustrado, que a maioria dos inquiridos que equivale a 89% da nossa amostra é de opinião que a oferta turística da ilha de São Vicente é Pouco Diversificada, de seguida temos a opção Diversificada com 9% em relação aos restantes e uma minoria que condiz a 2 % classifica-os como sendo muito diversificada. Pode-se concluir que a população da amostra esteve mais concentrada na opção pouco diversificada quanto à avaliação da oferta turística da ilha. É importante salientar, que a variação da oferta traduz num factor essencial para estimular a procura turística e é através dessa análise, pode-se verificar que a ilha tem muito pouco para oferecer quanto aos atractivos e animações, mas acredita-se que a ilha apresenta um grande potencial que necessita de ser explorado que poderá de certa forma acrescentar um valor sobre o produto oferecido no destino.

Gráfico 27- Avaliação do projecto do terminal de cruzeiros



No que concerne a avaliação do projecto terminal de cruzeiros uma grande maioria da amostra correspondente a 70%, qualifica a criação do projecto como sendo muito boa, seguidamente 24% avalia-o como sendo boa e 6% classifica-o como sendo razoável. Podendo deste modo concluir que a maioria da população acredita que o projecto da terminal de cruzeiros trará grandes contributos para o desenvolvimento do sector de cruzeiros, na medida em que pode aumentar o número de escalas no porto, bem como a cidade do Mindelo, através da promoção da cultura e dos produtos desenvolvidos pelos locais e também contribuirá para valorização da ilha. Quanto aos 6% da população defendem que pode ser considerado razoável visto que ainda não se conhece os impactos que este pode trazer para o destino.

**Tabela 10- As principais vantagens do projecto**

(4)Opções considerados como sendo as principais vantagens que o projecto trará para cidade	(%)
Melhoria da recepção dos excursionistas, Oportunidade de negócio, Gera divisas, Aumento do tráfego de cruzeiro	43%
Melhoria da imagem do destino, oportunidade de negócio e venda, gera divisas aumento do tráfego de cruzeiros	25%
Melhorias da imagem do destino, Promoção cultural, geração de divisas, criação de postos de trabalho	8%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, oportunidade de negócio e venda, aumento do tráfego de cruzeiro	6%
Melhoria da imagem do destino, oportunidade de negócio e venda, espaço para promoção de actividades de animação, aumento do tráfego de cruzeiro	8%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, espaços para promoção de actividades de animação, geração divisas	4%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, promoção cultural, aumento do tráfego de cruzeiro	1%
Melhoria da recepção dos excursionistas, gera divisas, aumento do tráfego de cruzeiros, criação de postos de trabalho	5%
Total	100%

No que concerne as 4 principais vantagens que o terminal de cruzeiros, poderá trazer para a ilha de SV, a grande maioria da população que equivale a 43%, afirma que o projecto permitirá a melhoria da recepção dos excursionistas, oportunidade de negócio, geração de divisas e aumento do tráfego de cruzeiros, 25% assegura que permitirá melhorar a imagem do destino, originar oportunidade de negócio e venda, gerar divisas, aumento do tráfego de cruzeiros, o que demonstra que a maioria dos inquiridos revelam uma grande preocupação com a recepção dos excursionistas e com a melhoria da imagem do destino, mas é de salientar que das 8 opções todas possuem grande importância para o desenvolvimento do sector, e todos poderão ser considerados como vantagens para o turismo da ilha.

Com a análise dos dados de um modo geral, leva-nos a concluir que tanto a animação como o sector de cruzeiro carecem de uma especial atenção por parte dos órgãos competentes, uma vez que a ilha encontra-se dotada de potencialidades a nível cultural que possa contribuir para o desenvolvimento do sector de cruzeiros. Pode-se observar com a análise dos dados, uma das principais lacunas existentes em torno da animação turística traduzem em falhas no planeamento, a necessidade de espaços disponíveis para realizações de actividades, a falta de financiamentos. Mas para além dos obstáculos encontrados, pode-se notar que, uma grande maioria está ciente do contributo que este sector tem para o reforço cultural, afirmando que, a animação permite, a valorização, a promoção, a dinamização e o intercâmbio entre culturas.

Da análise dos quadros leva-nos a concluir que a cultura traduz num factor de extrema importância tanto para a comunidade local, como para o turismo de cruzeiros e a experiência dos excursionistas, mas também demonstra, que poderá trazer vários benefícios, mas ainda pouco se tem feito para torná-lo num produto vendável e dinamizar o sector de cruzeiros da ilha.

Este sector se for bem planificada poderá desempenhar um papel importante para o processo de desenvolvimento local, na medida em que desenvolve as comunidades receptoras, preserva a tradição, promove a fidelização.

Com a análise dos valores, leva a constatar que a população encontra ciente dos benefícios que a animação turística poderá trazer para ilha tanto a nível económico, cultural, bem como a melhoria das condições da população local. Relativamente a oportunidade de negócio, poderá trazer empregos de forma directa e indirecta e desenvolver a capacidade de empreendedorismo da população. Pode-se concluir que a ilha possui um variado leque de actividades de carácter cultural, que poderiam ser programadas de forma a de aumentar a disponibilidade da oferta, visto que, esta é avaliada como pouco diversificada relativamente ao sector de cruzeiros, uma vez que a ilha oferece apenas excursões dentro e fora da cidade, enquanto poderia vender um variado leque de Animações, tornando de extrema importância ter em consideração o tempo de escala dos cruzeiristas.



## Conclusão

O turismo em Cabo Verde tem dado provas de ser um dos pontos fortes para o desenvolvimento do país, pelo contínuo aumento do número de turistas internacionais que procuram anualmente as ilhas, neste sentido há necessidade cada vez mais em apostar no sector de animação turística para dar vazão a procura existente ao longo do ano.

A animação turística é um sector de extrema importância, por ser considerado um complemento do produto turístico e uma mais-valia da oferta no destino e que cada vez mais tem vindo a ganhar maior notoriedade, embora em São Vicente seja avaliada como um sector de fraco desenvolvimento, mas acredita-se que apostando neste sector poderá trazer grandes benefícios para o crescimento do turismo da ilha.

Para a mudança do cenário existente em torno da animação turística na ilha de São Vicente, torna-se de extrema relevância minimizar os obstáculos existentes em torno deste sector, para que se possa desenvolver animações com maior planificação, criatividade, e com maior disponibilidade de espaços para a realização dos mesmos.

A ilha de São Vicente possui diversas potencialidades no âmbito de desenvolvimento de actividades de carácter cultural, para além que poderá transformar-se em um destino turístico diferenciado das outras ilhas e também, das suas concorrentes mais próximas, ainda pode representar para os turistas um variado leque de opções de entretenimento durante a sua estadia dentro ou fora da cidade.

Ao longo da pesquisa tornou-se notória a necessidade de transformar a cultura Mindelense em um produto turístico, como forma de incrementar a oferta, tornando o turismo da ilha mais sustentável e dinâmica, gerando rendimento aos locais.

No que concerne ao sector de cruzeiros da ilha, que é um sector que tem crescido anualmente com já se tinha mencionado ao longo da pesquisa, esse aumento é derivado do elevado nível de expectativas face ao destino Cabo Verde, por ser algo novo que desperta a curiosidade de muitos turistas.

Mas ao longo do estudo pode-se notar que o nível de satisfação dos turistas ainda permanece muito baixo, a quem das expectativas esperadas pelos turistas que visitam a ilha. Neste sentido uma das formas de incrementar a satisfação dos turistas nas diversas

etapas da sua experiência turística é estimular a sua participação activa através de actividades de animação turística, que os possam entreter desde da chegada até a saída do país.

Com a realização da pesquisa, pode-se concluir que a animação turística é considerado um grande dinamizador da ilha de São Vicente, tanto a nível cultural como também, contribuir para o crescimento do sector de cruzeiros, gerando a melhoria da imagem do destino contribuindo para a experiência turística dos cruzeiristas, mas também, traz inúmeros benefícios a população local e ao crescimento económico do país.

O desenvolvimento da animação turística poderá gerar a conservação da cultura Mindelense e contribuir para sua promoção e divulgação tanto a nível nacional como internacional.

Em relação a pergunta de partida, os dados analisados indicam que a animação traz vários contributos para o desenvolvimento cultural, na medida em que valoriza, promove, dinamiza a cultura e permite o intercâmbio cultural entre os povos e consequentemente influenciar o sector de cruzeiros, uma vez que permite aumentar a disponibilidade da oferta, dando resposta a procura existente.

Para comprovar a pergunta de partida a maioria dos inquiridos equivalentes a 97% afirmam que a animação contribui para o desenvolvimento do turismo de cruzeiros na medida em que, vai permitir uma organização planificada de actividades, que levará a maior atractividade do destino e que poderá deste modo contribuir para a experiência turística e promover a satisfação dos turistas, consequentemente promover a imagem do destino, gerando um valor acrescentado sobre o produto oferecido.

Em relação as características diferenciadoras do destino, 97% da amostra vem comprovar que a animação constitui um elemento de diferenciação dos destinos, uma vez que proporciona experiências únicas com recurso a cultura e a todos os aspectos que diferenciam da concorrência e também pelo facto de valorizar a capacidade da oferta e influenciar na tomada de decisão.

Dado ao crescimento do sector de cruzeiros, a grande maioria que condiz a 99% da amostra afirma que a animação gera uma grande oportunidade de negócio para a comunidade local, na medida em que permite a criação de empregos directos e indirectos e permite o desenvolvimento da capacidade do empreendedorismo dos locais.

Mas para que haja esse desenvolvimento há necessidade de prevalecer interligações entre os diferentes sectores, e com a análise dos dados, 68% da população defende da existência de relações de complementaridade, interajuda, cumplicidade e interacção entre os diferentes sectores, e que através destes, possa gerar benefícios tanto a níveis económicos, sociais, bem como benefícios culturais para a ilha.

Perante este cenário confirmam-se as hipóteses desenvolvidas inicialmente, de que a ilha é detentora de fortes condições para a prática da animação turística que contribuirá para o desenvolvimento cultural e influenciar o turismo de cruzeiros, trazendo grandes benefícios tanto aos locais, bem como ao sector do comércio e à economia de uma forma geral.

Relativamente aos objectivos delineados e propostos para o trabalho, foram todos alcançados, com a colaboração de todos os inquiridos que compuseram amostra, efectuados nas diferentes entidades e empresas relacionadas ao tema.

O estudo contribuiu para o enriquecimento ao nível pessoal, permitindo uma maior sinergia com a temática em estudo, trazendo uma visão mais clara da realidade da ilha face ao sector turístico no seu todo. Permitiu atribuir maior credibilidade a importância que a conservação da identidade cultural tem para a ilha e acreditar que através da animação turística poder-se-á desenvolver a ilha em vários domínios e ainda constituir numa mais-valia para o sector de cruzeiros de São Vicente.

O estudo serviu também para engrandecer e amadurecer os conhecimentos curriculares adquiridos ao longo do curso e permitiu o contacto com a realidade do mundo laboral.

### **a) Propostas**

No tocante ao sector de animação turística por ser uma componente estratégica dos destinos turísticos e por permitir aumentar o tempo médio de estada gerando receitas ao país, contribuindo para fidelização dos turistas, pode-se dizer que, a animação apresenta claros e relevantes impactos tanto a nível do posicionamento da imagem do destino, á economia bem como, para a cultura e as comunidades locais. Com isso torna-se notório a necessidade que o destino tem em investir mais em animação e apoios aos turistas, criar condições que permitem uma maior interacção das potencialidades oferecidas e actividades que possam cativar aqueles que visitam o país.

Um dos aspectos considerados de extrema importância para sustentabilidade do sector de animação começa na recepção feita pelos locais no porto, visto ser o primeiro contacto dos turistas com o destino, neste sentido, é extremamente necessária que o destino e particularmente a cidade, possuam uma cultura de recepção e acolhimento dos turistas, o que não se tem notado na ilha, tornado visível este aspecto em qualquer época de cruzeiros, em que são recebidos da mesma forma sem qualquer inovação e muitas vezes sem qualquer profissionalismo.

Há necessidade de minimizar os obstáculos existentes em torno da animação turística da ilha, recolhendo todas as condições para a criação de um plano de actividades que valoriza a tradição e os recursos locais, que poderão ser desenvolvidas ao logo da época alta de cruzeiros bem como em outras épocas.

Maior interligação dos intervenientes na criação da oferta, que permita não só a venda de excursões, bem como a cultura e animação que permitirá acrescentar igualmente valor ao produto turístico isto é, um produto turístico pode ser muito bom, um destino pode ser muito apetecível mas, se não existirem actividades que ocupem o tempo dos turistas, e que os proporcionam o divertimento, dinamizando o seu tempo, tornar-se-á mais difícil vender esse produto.

Outro aspecto de extrema importância é a conservação do património tanto natural como construído, porque para além de fazerem parte da identidade do povo, poderá ser utilizada como base para o desenvolvimento de actividades de animação turística.

Criação e desenvolvimento de um plano de formação para os diferentes agentes deste sector, como forma de dotá-los de conhecimentos úteis que contribuirão para a melhoria da imagem dos destinos.

Dado ao importante papel que as agências de viagens têm para o desenvolvimento da actividade turística, torna-se de extrema importância que estes invistam num gabinete do turismo, composta por pessoas capacitadas na área e capazes de planear a actividade turística a curto, médio e longo prazo. Permite por um lado a criação de pacotes com maior variedade atribuindo um carácter diferenciador face a concorrência e por outro lado, por ser a actividade turística de cruzeiros caracterizado pela sazonalidade, as A.V.T deveriam apostar no desenvolvimento do turismo interno isto é, desenvolver roteiros ou pacotes com custos acessíveis direccionado aos são-vicentinos e ou nacionais com o intuito de sensibilizá-los e dá-los a conhecerem a experiência turística vivenciada pelos que visitam o país.

Através do desenvolvimento do turismo interno, poderá trazer vários benefícios, tanto para os operadores nacionais, bem como para população local, permitindo que estes avaliam as actividades de animação que o destino oferece e conhecer a importância que a animação pode trazer para o aprimoramento do turismo de São Vicente, e através disso, estimular a capacidade do empreendedorismo dos mesmos, o que poderá gerar grandes oportunidades de negócio, já para os operadores turísticos, trará benefícios económicos assim como contribuirá para minimizar ou ultrapassar os pontos fracos, fazer face as ameaças e tirar maior partido dos pontos fortes e aproveitando as oportunidades.

No tocante a melhoria da avaliação do sector de cruzeiros em São Vicente, há necessidade de apontar para diferentes aspectos que poderão ser pertinentes para o aumento das suas escalas:

- O crescimento sustentado da actividade dos cruzeiros turísticos em São Vicente, obrigará um trabalho de conjunto envolvendo entidades públicas, as autarquias, administrações portuárias, e os agentes privados;
- Desenvolver o plano estratégico para o sector de cruzeiros, uma vez que há necessidade de não apenas o crescimento do número de turistas mas sim, gerar um valor acrescentado que possa originar mais receitas, levando com que os turistas gastam mais ao longo da sua curta estadia e voltam a visitar o país, e que sejam eles próprios os agentes de promoção do nosso destino;
- Trabalhar mais a oferta de excursões em terra, apoiando no intuito de proporcionar aos visitantes uma visão estática e dinâmica, que seria a combinação entre a estrutura física e a comunidade local.
- Tendo em conta que existem produtos por oferecer, propõem-se a criação de mais postos de informação que ofereçam um serviço de excelência para a divulgação e promoção do destino, tendo observado durante o estudo, pouca dinâmica no ramo;
- Apostar mais na formação dos guias, uma vez que desempenham um papel de extrema importância na actividade turística ou seja especializá-los por área de actuação, visto que, a clientela é cada vez mais exigente e especializada. Esta proposta deverá ser sustentada com uma fiscalização profunda das entidades competentes, no tocante aos conteúdos programáticos dos módulos de formação com forma de obter excelentes profissionais com rigor e segurança;
- Sensibilizar os comerciantes locais para a contribuição que o sector poderá trazer para as suas actividades em curto espaço de tempo, de modo que estes estejam disponíveis em qualquer dia da semana ou feriados que correspondam a chegada de cruzeiros no porto;
- Criação da política de fiscalização dos preços no mercado, para aqueles que possuem rendimentos através da actividade, não pratiquem infracção dos preços dos produtos e ou serviços;
- A nível de infra-estruturação, um dos maiores ganhos para o destino, seria construção do terminal de cruzeiros, que poderá ser analisada em três perspectivas:

### **1) Aos Cruzeiristas**

Para os que chegam a cidade, o terminal de cruzeiros permitirá melhores condições de recepção, oferecendo diferentes serviços que demonstram a essência da ilha, e para os que não estão interessados em excursões para fora da cidade, permitirá aos cruzeiristas desfrutar de diferentes espaços de lazer e entretenimento que poderão proporcionar a satisfação das suas necessidades e contribuir para a experiência turística.

### **2) O destino**

Devido a saturação de alguns portos e regiões tradicionais de cruzeiros, com a construção do terminal, permitirá uma maior integração e reconhecimento da ilha na actividade de cruzeiros, promovendo a melhoria da imagem do destino face a outros destinos concorrentes, aumentando a procura do destino, contribuindo para o aumento do tráfego de cruzeiros e gerando divisas.

### **3) A Comunidade Local**

Para os Mindelenses o terminal de cruzeiros, possibilitará a criação de empregos de forma directa e indirecta, desenvolvendo a capacidade de empreendedorismo o que possibilitará grandes oportunidades de negócio e venda dos produtos locais, estimulando a criatividade das actividades que promovam a cultura local e o aproveitamento dos espaços para promoção de actividades de animação turística.

Para além da melhoria das condições portuárias, há necessidade de apontar outros aspectos referentes ao melhoramento da sinalização turística no destino, aperfeiçoamento das vias de acesso dentro e fora da cidade, oferecer transportes mais apropriados para as deslocações feitas na ilha, melhoramento das condições de saneamento nos locais de excursões e conservação do património histórico da cidade.

### **b) Pesquisas Futuras**

Por ser um estudo novo, poderá trazer grandes benefícios, na medida em que, o foco do trabalho esta centrada em três aspectos pertinentes para o desenvolvimento turístico da ilha, que se traduz na animação turística, que embora apresenta lacunas se for desenvolvido trará grandes contributos para o desenvolvimento turístico da ilha, a cultura que pode ser considerado de extrema importância para a oferta e para comunidade local e o Turismo de cruzeiros que é considerado um sector promissor para o desenvolvimento do país. Com base nisso, a pesquisa poderá ser utilizada como referência para pesquisas futuras com intuito de aprofundar os conhecimentos nesta área, de modo que permitirá identificar os obstáculos existentes nesse sector, diferenciar a oferta e criar estratégias para o desenvolvimento de actividades, tendo sempre como foco a criação de benefícios a comunidade e gerar o crescimento económico para o país.

Para futuras pesquisas no ramo, sugere-se estudos que permitem conhecer o nível de satisfação dos cruzeiristas face ao desenvolvimento de animações culturais oferecidas no destino, ou também criação de outras pesquisas alusivos ao tema, com envolvimento da percepção dos cruzeiristas, a população local, bem como os operadores de cruzeiros, com o intuito de desenvolver uma oferta que contribua para o crescimento sustentável da actividade.

### **c) Limitações da pesquisa**

A recolha dos dados adquiridos através da análise dos resultados da pesquisa dá-nos a conhecer a percepção dos operadores e os diferentes stakeholders face aos sectores de animação e de cruzeiros da ilha de São Vicente. Pelo facto de ser uma amostra não probabilística dirigida por conveniência, os resultados não podem ser generalizados para toda a população, e por serem dados recolhidos através da opinião das pessoas da área do turismo mas que não trabalham directamente ligados aos sectores de cruzeiros e de animação algumas opiniões poderão ter sido omissas devido a dificuldade na integração do tema em questão.

Relativamente as dificuldades encontradas ao longo da pesquisa, um dos maiores entraves foi a insuficiência existente na ilha no que concerne à falta de bibliografia disponível na área ou relacionados com a temática, seguido da indisponibilidade dos



entrevistados para responder aos questionários, o que levou a maiores custos e gastos de tempo.

No que concerne as Agências de Viagens, sentiu-se uma grande fragilidade e poucos conhecimentos no tocante a aspectos que constituem elementos da oferta, relativamente ao sector de animação da ilha de São Vicente, isso é devido ao facto de muitas agências de viagens limitarem-se apenas a emissão de bilhetes. Apesar de todos os obstáculos encontrados em torno da pesquisa os objectivos delineados foram atingidos.

Depois de apresentar os diferentes conceitos do turismo, segundo vários autores e de ter constatado que é um fenómeno difícil de ser definido e que este encontra-se em constante modificação e crescimento, com isso gera a criação de novos projectos tornando necessário identificar os problemas e traçar as directrizes.

Sabendo que no turismo não existe um modelo stander, dado a sua complexidade, seria viável que os mentores dos projectos de animação turística, para além de definir os objectivos gerais e específicos, deveriam seguir um modelo protocolar flexível previamente estabelecido como forma a obter um excelente produto final.

## Referências Bibliográficas

### Livros:

ALMEIDA, Paulo & ARAÚJO, Sérgio; (2012): *Introdução a Gestão de Animação Turística*, Lidel edições técnicas.

ANDRADE, Maria M; (2006): *Introdução a metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação*, 7ª edição, São Paulo editora atlas S.A.

BARON, R. V; (1975): *Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*. Technical Series, Nº 2, London: The Economist Intelligence Unit.

BARRETO, Margarida; (2007): *Cultura e turismo: Discussões Contemporâneas*, editora Papiros, Campinas-São Paulo.

BRITO, Telma (2009): *Multimodalidade turística*, 1ª edição, Editora IESDE, Brasil S.A.

CHAVES, António; MESALLES, Luís; (2001): *“El Animador”*, Barcelona, Laertes Enseñanza.

COOPER, Chris et al; (2001): *Turismo princípios e prática*, 3ª edição, Porto Alegre, Bookman.

COSTA, A. J; (2011): *Estudo da cadeia de valor do Turismo de Cabo Verde*

COSTA, Benny & REJOWSKI, Miriam; (2003): *Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento estratégia e gestão*, altas S.A.

COSTA, J et al; (2004): *Tendências Internacionais em Turismo*, 2ª edição, Editora Lidel edições técnica.

CUNHA, L. (2007): *Introdução ao Turismo*, (3ª ed.). Portugal/ São Paulo, editora Verbo Lisboa -São Paulo.

CUNHA, L; (1997): *Economia e Política do Turismo*, Lisboa.

CUNHA, L; (2001): *Introdução ao Turismo*, Lisboa, Editorial Verbo.

CUNHA, L; (2006): *Economia e Política do Turismo*, Editorial Verbo.

CUNHA, L; (2009): *Introdução ao Turismo*, 4ª edição, Lisboa- São Paulo, editorial verbo.

DIAS, Reinaldo; (2008): *Introdução ao turismo*, editorial, Altas SA.

GIL, António Carlos; (2002): *Como elaborar projectos de pesquisa*, 4ª edição, São Paulo, Atlas p. 41.

HENRIQUES, C; (2003); *Turismo Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável*, 1ª edição, Lisboa: Edições Sílabo.

IGNARRA, L. R. (2003). *Fundamentos do turismo*, 2ª edição, revista ampliada), Editora Thomson São Paulo.

IGNARRA, R. (2001). *Fundamentos do Turismo*. Brasil: Pioneira Thomson.

LICKORISH, Leonard J. & JENKINS, Carson L. (2000): *Introdução ao turismo*, editora Campos.

MACINTOSH, R; GOELDNER, C; RITCHIE, J. R.; (2002) *Turismo, Princípios, Práticas e Filosofias*, São Paulo, Bookman.

MARCONI, Marina de A. & LAKATOS, Eva M. (2007): *Fundamento de metodologia científica*, 6ª edição, São Paulo editora Atlas S.A.

MATHIESON, and WALL, (1982): *Tourism, economic, physical and Social impacts*, New York, Longman Scientific & Technical.

MATIAS, Álvaro; (2007): *Economia do Turismo: Teoria e Prática*, storia Editores LDA.MONTEJANO, J; (2001): *Estrutura do mercado turístico*, São Paulo, editora Roca.

MILL, Robert Christie, (2003); *Resorts: Administração e operação*, Porto Alegre.

OMT; (1999):*Conta Satélite do Turismo, Quadro Conceptual*, Espanha, Organização.

PRODANOV, Cléber; Freitas Ernani. (2013): *Metodologia do trabalho Científico: Método de Pesquisa do trabalho académico*, 2ª edição, editora Feevale .

QUINTAS, S et CASTAÑO, A. (1998): *Animación Sociocultural, núveos enfoques*, Salamanca, Amarú Ediciones.

República de Cabo Verde: *Linhas Gerais da História do Desenvolvimento Urbano da Cidade do Mindelo*.

SILVA, António Carlos R. (2008): *Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade: Orientações de estudo, projectos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*, 2ª edição, Altas S.A.

SOUSA, Maria & BAPTISTA, Cristina; (2011): *Como fazer Investigação, dissertações teses e relatórios*, Lidel edições técnicas.

TOCQUER G,ZINS M; (2004): *Economia e Turismo*, 1ª edição, editora Piaget.

TORRE, Francisco; (2002):*Sistemas de transporte turístico*, São Paulo, Editora Roca.

TORRES, Z; (2004): *Animação turística*, 3ª edição: editora Roca.

TURISMO, Ministério (2010): *Turismo Cultural: orientações básicas*, 3ªedição, Brasília.

VICENTE, Paula et al; (2001); *Sondagem: A Amostra como factor decisivo de qualidade*, 2ª edição: Edições Sílabo.

VILELAS, José; (2009); *Investigação: O Processo de construção do Conhecimento*,1ª edição: edições Sílabo.

ZARDO, Eduardo F. (2003): *Marketing aplicado ao turismo*, 1ª edição, editora Roca Ltda.

### **Teses e Monografias consultadas**

ALMEIDA, Paulo; (2003): *A contribuição da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região*: Universidade de Aveiro. Acesso em 20 de Março de 2013.Disponível em: <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1493/1/2005001735.pdf>

ANDRADE, Alexia; (2012): *O Turismo de cruzeiros na ilha de São Vicente: Harmonia entre a oferta e a procura*. Acesso em 15 de Abril de 2013.Disponível em: <http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/>

LIVRAMENTO, Larissa; (2012): *Turismo cultural e eventos: a importância de transformar os eventos culturais da ilha de São Vicente em produtos turísticos*. Acesso em 19 de Abril de 2013.Disponível em: <http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/>

MARQUES, Ana (2009): *Manual Operações técnicas em empresas de animação e organização turística: Principais características e finalidades da Animação Turística*. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/120050363/5/>

MARTINS, M (2010): *Gestão estratégica da sazonalidade em turismo: caso de Aveiro*.

PINTO, Fernando António: *Um subsector da economia do mar como caso de estudo: Leixões e a área metropolitana do porto na rota do turismo de cruzeiros marítimos*.

PONCE, P.S.A. (2006). *Cruzeiros Marítimos como “Resorts Flutuantes”, Tese de licenciatura em turismo*. Niterói: Faculdade de Administração Ciências Contábeis e Turismo.

### **Artigos em páginas de internet**

AMARAL, Ricardo; (2006): *Cruzeiros Marítimos: Evolução expansão e previsão no Brasil e no Mundo*, São Paulo.

AMARAL, Ricardo; (2009): *Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos: Evolução expansão e previsão no Brasil e no mundo*, São Paulo.

AMBREMAR: *O impacto dos cruzeiros marítimos de cabotagem*, São Paulo-Brasil.  
Disponível

em: <http://www.viagensdenavio.com.br/images/cruzeiros.pesquisa.abremar.pdf>

CLIA; (2005): *Cruise Lines International Association: Cruise Industry Overview Marketing edition*.

CRUISE MARKET WATCH. Acedido em 13 de Março de 2013. Disponível em:  
<http://www.cruisemarketwatch.com/social-media>

Genti Cabo Verde: *Revista, negócios, pessoas, negócios e empreendedorismo*.  
Disponível em: <http://www.nosgenti.com/?p=834>

ONAT, (2013): *Observatório Nacional das actividades de Animação Turística*.  
Disponível em: <http://onat.ipleiria.pt/files/2013/05/Regulamento-ONAT.pdf>

Revista Cruise Critic. (2013): os dez navios mais populares do mundo. Disponível em:  
<http://vidaestilo.terra.com.br/turismo/cruzeiros/conheca-os-10-navios-mais-populares-do-mundo,df965b949b46c310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

VLADIMIR e DICKINSON (2008) – Animação Turística e o Turismo de cruzeiros.  
Porto de Cruzeiros Blogue Spot. Consultada em 10 Setembro de 2013. Disponível em:  
[http://portocruzeiros.blogspot.com/2012\\_12\\_01\\_archive.html](http://portocruzeiros.blogspot.com/2012_12_01_archive.html)

Ward; (2010): Caracterização da indústria dos cruzeiros marítimos. Disponível em:  
<http://www.nauticapress.com/modules/articles/article.php?id=1146>

## **Documentos consultados da Enapor**

Documentos no Power Point: Maurício, Jorge; - Cabo Verde Destino Cruise; o porto grande e turismo de cruzeiros; Mindel cruise Terminal; cruise\_ISCEE; 3C-comunidade cabo-verdiana de cruzeiros.

Enapor S.A (2012): *Cruise Presentation Cape Verde Islands*.

Enapor S.A (2004 á 2012): *Dados estatísticos de cruzeiros*

Enapor S.A. (2012/2013): *Guia do Porto*

# APÊNDICES



## Apêndice A – Questionário da Pesquisa

### Inquérito aos operadores turísticos e os diferentes Stakeholders em São Vicente

O presente questionário foi elaborado no âmbito do trabalho de fim de curso para obtenção do grau de licenciatura em turismo no ISCEE- Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais. Este questionário será aplicado aos operadores turísticos e os diferentes stakeholders. Pretende-se estudar a contribuição que a Animação turística tem para o desenvolvimento cultural direccionado para o Turismo de Cruzeiro. A informação recolhida é confidencial. Agradecemos antecipadamente, a sua colaboração.

#### IDENTIFICAÇÃO

- Sexo: Feminino ( )                      Masculino ( )
- Idade: - 25 ( )      25-40 ( )      41-65 ( )      + 65 ( )
- Profissão \_\_\_\_\_
- Entidade \_\_\_\_\_
- Data \_\_\_\_\_

#### 1. A animação Turística pode ser considerada um elemento de diferenciação dos destinos

- a) Sim ( )                      Não ( )

##### 1.1 Justifique a sua resposta?

---



---



---



---

#### 2. Qual a situação real da animação Turística em São Vicente?

- a) Muito Má ( )      Má ( )      Razoável ( )      Boa ( )      Muito bom ( )

#### 3. Quais são os maiores obstáculos encontrados no sector de Animação turística em São Vicente?

- b) Falta de espaços ( )    Falhas no Planeamentos ( )    Financiamentos ( )  
 Criatividade ( )    Fraca aderência de expositores e outros ( )    Todos ( )

**4. Em que medida a animação turística pode contribuir para o reforço cultural?**

- c) Valorização ( )    Promoção( )    Dinamização ( )    Intercambio Cultural ( )  
 Todos ( )

**5. Qual o papel que cultura tem para o desenvolvimento do turismo de cruzeiros?**

---

---

---

---

**6. Qual a importância que a animação turística tem para o processo desenvolvimento local?**

---

---

---

---

**7. Que tipos de articulações deveriam prevalecer entre empresas de animação turística, operadores turísticos e entidades acolhedoras dos navios de cruzeiros?**

- d) Complementaridade ( )    Interajuda ( )    Cumplicidade ( )    Interação ( )  
 Todos ( )

**8. A animação pode ser considerada um contributo para o desenvolvimento do turismo de cruzeiro da ilha de São Vicente?**

Sim ( )                      Não ( )

**8.1 Justifica a opção escolhida?**

---

---

---

---

**9. Que benefícios o desenvolvimento do turismo de cruzeiro têm para a ilha de São vicente?**

- e) Económicos ( )                      sociais ( )                      culturais( )                      Todos ( )

**10. No que concerne ao sector de cruzeiros a animação pode ser considerada uma oportunidade de Negócio?**

Sim ( ) Não ( )

**10.1 Justifica a sua opção**

---



---



---

**11. Como avalia as actividades de cruzeiro na ilha de São Vicente?**

f) Muito bom ( ) Bom ( ) Suficiente ( ) Insuficiente ( )

**12. Que actividades poderiam ser criadas no âmbito de animação turística para o reforçar a oferta turística neste sector?**

---



---



---

**13. Com avalias as condições oferecidas durante a estadia dos excursionistas?**

Indicadores	Muito Má	Má	Razoável	Boa	Muito Boa
Condições de segurança					
Meios de Transportes Turísticos utilizados					
Oferta de excursões em terra					
Condições Portuárias					
Condições Higiénicas					
Receptividade por parte dos Mindelenses					
Interligação entre diferentes sectores turísticos					
Informação Turística					

**14. Ao seu ver existem infra-estruturas de suporte capazes de sustentar a procura do turismo de cruzeiro na ilha?**

g) Sim ( ) Não ( )

**14.1 Se não quais seriam consideradas fundamentais?**

---



---



---

**15. De um modo geral como classifica a recepção dos excursionistas na ilha de São Vicente?**

h) Muito Má ( )    Má ( )    Razoável ( )    Boa ( )    Muito Boa ( )

**16. Ao seu ver como avalia a disponibilidade da oferta turística em relação a turismo de cruzeiro**

i) Pouco diversificada ( )    Diversificada ( )    Muito diversificada ( )

**17. Como avalias a criação do projecto do terminal de cruzeiros na ilha de São Vicente?**

j) Muito Má ( )    Má ( )    Razoável ( )    Boa ( )    Muito Boa ( )

**18. Dos itens abaixo relacionados, marque ate 4 opções que consideras como sendo as principais vantagens que o projecto trará para a cidade do Mindelo e para as actividades de cruzeiro da ilha?**

1- ( )	Melhorias da imagem do destino
2- ( )	Melhoria da recepção dos excursionistas
3- ( )	Oportunidade de negócio e venda
4- ( )	Promoção cultural
5- ( )	Espaço para promoção de actividades de animação
6- ( )	Geração divisas
7- ( )	Aumento do tráfego de cruzeiro
8- ( )	Criação de postos de trabalho

Muito obrigada pela sua colaboração

## Apêndice B – Tabelas correspondentes aos gráficos do inquérito

### 1. Caracterização da Amostra

Sexo do inquirido			Idade do inquirido		
	Frequências	Percentagens		Frequências	Percentagens
Feminino	49	49%	-25	37	37%
Masculino	51	51%	25-40	52	52%
Total	100	100%	41-65	10	10%
			65	1	1%
			Total	100	100%

Entidade		
	Frequências	Percentagens
Operadores turísticos	14	14%
Guias de turismo	17	17%
Agências de Eventos	6	6%
Futuros quadros do turismo em São vicente	46	46%
Organismos públicos e privados	7	7%
Serviços Culturais	10	10%
Total	100	100%

### 2. Caracterização da Animação Turística em São Vicente

A animação turística pode ser considerada um elemento de diferenciação dos destinos?

	Frequências	Percentagens
Sim	97	97%
Não	3	3%
Total	100	100%

**Justifique a sua resposta**

	Frequências	Percentagens
Proporciona experiências únicas com recurso a cultura e a todos os aspectos que diferenciam da concorrência	33	33%
Cada destino tem características culturais próprias que diferencia dos restantes destinos	22	22%
Atrai os turistas e contribui para sua fidelização	8	8%
As atracções e as animações que definem os destinos	2	2%
Valoriza a capacidade da oferta e influencia na tomada de decisão	32	32%
A animação não diferencia o destino mas sim os atracções que possui	1	1%
Podem ter 2 destinos com animações iguais e com características diferentes	2	2%
Total	100	100%

**Qual da situação real da animação turística em São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Muito má	20	20%
Má	44	44%
Razoável	36	36%
Total	100	100%

**Quais são os maiores obstáculos encontrados no sector de Animação Turística em São vicente?**

	Frequências	Percentagens
Falta de espaços	21	21%
Falhas no Planeamento	46	46%
Financiamentos	14	14%
Criatividade	8	8%
Todos	11	11%
Total	100	100%

**Em que medida animação Turística pode contribuir para reforço cultural?**

	Frequências	Percentagens
Valorização	12	12%
Promoção	24	24%
Dinamização	11	11%
Intercâmbio Cultural	21	21%
Todos	32	32%
Total	100	100%

**Qual o papel que a cultura tem para o desenvolvimento do turismo de cruzeiros?**

	Frequências	Percentagens
Conhecimentos de hábitos e costumes que são característicos do destino deste modo valorizarem a imagem do destino	5	5%
Factor de diferenciação da oferta e estimula a procura do destino	19	19%
Divulgação da ilha e construção da imagem do destino e consequentemente aumentar o fluxo de cruzeiro	22	22%
Diferenciação face a outros destinos	2	2%
Papel Dinamizador da cultura e economia local	12	12%
Valorização da identidade cultural, dinamiza o sector negócio e venda	37	37%
Divulgação da identidade cultural e construção da imagem do destino	3	3%
Total	100	100%

**Qual a importância que a animação turística tem para processo de desenvolvimento local?**

	Frequências	Percentagens
Gera um crescimento económico	2	2%
Estimula a produção	2	2%
Estimula a capacidade de empreendedorismo e criatividade	8	8%
Valorização da cultura, Empregabilidade da população local	13	13%
Desenvolve as comunidades receptoras, preserva a tradição, promove a fidelização	43	43%
Meio de publicitação do destino	1	1%
Geração de emprego, dinamização do local, aumento do fluxo de pessoas e dinheiro	17	17%
Ajuda a fomentar o empreendedorismo, valorização e promoção da cultura local	14	14%
Total	100	100%

**Que tipos de articulações que deveriam prevalecer entre as empresas de animação turística, operadores turísticos e entidades acolhedoras dos Navios de Cruzeiro?**

	Frequências	Percentagens
Complementaridade	14	14%
Interajuda	10	10%
Cumplicidade	1	1%
Interacção	7	7%
Todos	68	68%
Total	100	100%

**Que benefícios o desenvolvimento do Turismo de Cruzeiro têm para ilha de São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Económicos	55	55%
Sociais	8	8%
Culturais	11	11%
Todos	26	26%
Total	100	100%



**A animação pode ser considerada um contributo para o desenvolvimento do turismo de Cruzeiro da ilha de São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Sim	97	97%
Não	3	3%
Total	100	100%

**No que concerne ao sector de Cruzeiro a animação pode ser considerada uma oportunidade de negócio?**

	Frequências	Percentagens
Sim	99	99%
Não	1	1%
Total	100	100%

**A animação pode ser considerada um contributo para o desenvolvimento do turismo de cruzeiro da ilha de S.V? Justifica?**

	Frequências	Percentagens
Estimula a procura do destino	20	20%
Proporciona uma diferenciação da oferta e torna o destino competitivo	34	34%
Torna o destino mais atractivo e complementa a estadia dos excursionistas	39	39%
Gera um valor acrescentado sobre o produto oferecido	5	5%
O sector de cruzeiro não esta dependente do sector de animação turística para o seu desenvolvimento	2	2%
Total	100	100%

**Justifique a sua opção?**

	Frequências	Percentagens
Gera a criação de empregos directos e indirectos e desenvolve a capacidade de empreendedorismo dos locais	58	58%
Oportunidade de venda e negócio	26	26%
Gera receitas e incentiva o desenvolvimento de economias criativas	15	15%
o sector de cruzeiro rende para os que vendem os pacotes e animação pode ser vista como concorrência	1	1%
Total	100	100%

### 3. Avaliação do Turismo de Cruzeiros em São Vicente

Como avalia as actividades de cruzeiro na ilha de São Vicente?

	Frequências	Percentagens
Muito bom	1	1%
Bom	15	15%
Suficiente	45	45%
Insuficiente	38	38%
Total	100	100%

Que actividades poderiam ser criadas no âmbito de Animação Turística para reforçar a oferta turística neste sector

	Frequências	Percentagens
Musica, dança, gastronomia, teatro artesanato	24	24%
Criação de Animação e venda nos edifícios emblemáticos da ilha	12	12%
Promoção cultural, criação de concertos de rua, teatro de rua e feiras de artesanato	33	33%
Criação de animações culturais com envolvimento da população local	12	12%
Promoção da cultura criação de actividades que promovem o Hipo Hop crioulo e o jass crioulo	1	1%
Feiras gastronómicas, feiras de artesanato,	18	18%
Total	100	100%

**Como avalias as condições de segurança durante a estadia dos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	1	1%
Má	3	3%
Razoável	55	55%
Boa	38	38%
Muito Boa	3	3%
Total	100	100%

**Como avalias as condições dos meios de transporte turísticos oferecidos durante a estadia dos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	2	2%
Má	15	15%
Razoável	59	59%
Boa	23	23%
Muito Boa	1	1%
Total	100	100%

**Como avalias as condições de segurança durante a estadia dos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	1	1%
Má	3	3%
Razoável	55	55%
Boa	38	38%
Muito Boa	3	3%
Total	100	100%

**Como avalias as condições portuárias oferecidas aos excursionistas durante a sua estadia?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	3	3%
Má	8	8%
Razoável	51	51%
Boa	33	33%
Muito Boa	5	5%
Total	100	100%

**De um modo geral como classifica a recepção dos excursionistas na ilha de São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	8	8%
Má	15	15%
Razoável	62	62%
Boa	15	15%
Total	100	100%

**Como avalias a oferta de excursões em terra oferecida aos excursionistas durante a sua estadia?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	3	3%
Má	35	35%
Razoável	38	38%
Boa	20	20%
Muito Boa	4	4%
Total	100	100%

**Como avalias as interligações entre os diferentes sectores turísticos durante a estadia dos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	10	10%
Má	40	40%
Razoável	40	40%
Boa	9	9%
Muito Boa	1	1%
Total	100	100%

**Como avalias a informação turística oferecida aos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	26	26%
Má	49	49%
Razoável	22	22%
Boa	1	1%
Muito Boa	2	2%
Total	100	100%

**Ao seu ver existem infra-estrutura de suporte capaz de sustentar a procura do turismo de cruzeiro em São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Sim	47	47%
Não	53	53%
Total	100	100%

**De um modo geral como classifica a recepção dos excursionistas na ilha de São Vicente?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	8	8%
Má	15	15%
Razoável	62	62%
Boa	15	15%
Total	100	100%

**Ao seu ver como avalias a disponibilidade da oferta turística em relação ao turismo de cruzeiro?**

	Frequências	Percentagens
Pouco diversificada	89	89%
Diversificada	9	9%
Muito diversificada	2	2%
Total	100	100%

**Se não quais seriam consideradas fundamentais?**

	Frequências	Percentagens
Melhorias das condições portuárias, melhoria das estradas	4	4%
Criação da terminal de cruzeiros, melhoria da sinalização turística, mais postos de informação, melhoria das estradas e transportes bem equipados melhoria do património histórico e cultural	46	46%
Estabelecimentos comerciais com maior disponibilidade e criação de mais postos de informação	1	1%
Formação para os guias mais postos de informação, museus, patrimónios restaurados, centros de animação	1	1%
Melhoria do saneamento nos lugares de excursões	1	1%
999	47	47%
Total	100	100%

**Como avalias a criação do projecto do terminal de cruzeiros na ilha de São Vicente?**

**Como avalias a receptividade por parte dos Mindelenses durante a estadia dos excursionistas?**

	Frequências	Percentagens
Muito Má	3	3%
Má	30	30%
Razoável	32	32%
Boa	30	30%
Muito Boa	5	5%
Total	100	100%

	Frequências	Percentagens
Razoável	6	6%
Boa	24	24%
Muito Boa	70	70%
Total	100	100%

Dos itens abaixo relacionados, marque ate 4 opções que consideras como sendo as principais vantagens que o projecto trará para cidade do Mindelo e para as actividades de cruzeiro da ilha?

	Frequências	Percentagens
Melhoria da recepção dos excursionistas, Oportunidade de negócio, Gera divisas, Aumento do tráfego de cruzeiro	43	43%
Melhoria da imagem do destino, oportunidade de negócio e venda, gera divisas aumento do tráfego de cruzeiros	25	25%
Melhorias da imagem do destino, Promoção cultural, geração de divisas, criação de postos de trabalho	8	8%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, oportunidade de negócio e venda, aumento do tráfego de cruzeiro	6	6%
Melhoria da imagem do destino, oportunidade de negócio e venda, espaço para promoção de actividades de animação, aumento do tráfego de cruzeiro	8	8%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, espaços para promoção de actividades de animação, geração divisas	4	4%
Melhoria da imagem do destino, melhoria da recepção dos excursionistas, promoção cultural, aumento do tráfego de cruzeiro	1	1%
Melhoria da recepção dos excursionistas, gera divisas, aumento do tráfego de cruzeiros, criação de postos de trabalho	5	5%
Total	100	100%